

PERILAKU KONSUMSI KOPI DI KALANGAN MAHASISWA DI KAFE SEPANJANG JALAN KALPATARU KOTA MALANG

SKRIPSI

Disusun oleh :

**SYAH RYAN ANWARI
145020100111036**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

"Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Mahasiswa di Kafe Sepanjang
Jalan Kalpataru Kota Malang"

Yang disusun oleh :

Nama : Syah Ryan Anwari
NIM : 145020100111036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Sumber Daya

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **2 Mei 2018** dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Dr. Asfi Manzilati, SE., ME.
NIP. 19680911 199103 2 003
(Dosen Pembimbing)
2. Shofwan, SE., M.Si
NIP. 19730517 200312 1 002
(Dosen Penguji I)
3. Moh. Athoillah, SE., ME
NIP. 2016058411211001
(Dosen Penguji II)

Malang, 6-6-2018
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan



Dra. Marlina Ekawaty, M.Si., Ph.D
NIP. 19650311 198903 2 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Syah Ryan Anwari**
Tempat, tanggal lahir : **Banjarmasin, 3 April 1996**
NIM : **145020100111036**
Jurusan : **S1 Ilmu Ekonomi**
Konsentrasi : **Sumber Daya**
Alamat : **Jalan Srigading Dalam No. 58B**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Mahasiswa di Kafe Sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Dr. Asfi Manzilati, SE., ME.
NIP. 19680911 199103 2 003

Malang,

Yang membuat pernyataan,

Syah Ryan Anwari
NIM. 145020100111036

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan,

Dra. Marlina Ekawaty, M.Si., Ph.D.
NIP. 19650311 198903 2 001

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Mahasiswa di Kafe Sepanjang Jalan
Kalpataru Kota Malang**

Yang disusun oleh :

Nama : Syah Ryan Anwari
NIM : 145020100111036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Sumber Daya

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan



Dra. Marina Ekawaty, M.Si., Ph.D.
NIP. 19650311 198903 2 001

Malang,
Mengetahui,

Dosen Pembimbing,

Dr. Asfi Manzilati, SE., ME.
NIP. 19680911 199103 2 003

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridho dan serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Mahasiswa di Kafe Sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang”** ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam tidak lupa selalu tucurahkan pada junjungan Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik melalui bantuan berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Penulis nikmat sehat, iman, dan segala-gala yang terbaik dalam hidup.
2. Drs. Nurkholis , M.Bus.(Acc)., Ak., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Periode 2017.
3. Abdul Ghofar, SE., MSi, MAcc., DBA., Ak., CA. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Periode 2017
4. Bapak Dr.rer.pol. Wildan Syafitri , SE., ME., selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
5. Dr. Nurul Badriyah , SE.,ME., selaku Wakil Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
6. Dra. Marlina Ekawaty, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
7. Dr. Dra. Asfi Manzilati, ME. Selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk menunjang skripsi ini hingga selesai
8. Ibu tercinta Mardiyana yang selalu memberikan semangat dan mengajarkan penulis untuk sabar, bekerja keras dan tidak selalu

- mengeluh dalam menyelesaikan pekerjaan. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan, kesehatan , rezeki, iman, taqwa dan ridho-Nya
9. Seluruh Anggota LPM Indikator yang selalu setia untuk menyusahkan dan membantu dalam berbagai macam hal
 10. Aditya, Nidham, dan Fauzan. Teman satu atap yang selalu meramaikan dan mencairkan suasana penggarapan skripsi ini
 11. Kawan-kawan grup “Bu Asfi Squad” yang selalu mau berbagi informasi dan tenaga untuk saling membantu dalam berbagai macam hal, khususnya penyelesaian skripsi
 12. Maula Fadhilata yang mau membantu penyelesaian skripsi ini, khususnya untuk memberikan bantuan percetakan dalam berbagai macam kondisi
 13. Lyo, Naufal, Blessy dan Bara selaku informan yang bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi bahan penelitian skripsi ini
 14. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena itu kritik, saran dan masukan yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam pengembangan pendidikan di Jurusan Ilmu Ekonomi.

Malang. 28 Mei 2018

Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Syah Ryan Anwari
NIM : 145020100111036
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Jurusan/Fakultas : Ilmu Ekonomi
Ekonomi dan Bisnis
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 3 April 1996
Agama : Islam
Alamat : Jl. Pramuka, Komplek Rahayu
Pembina 4A No. 4



Email : killourhero@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan :
2002-2008 SDN Kebun Bunga 4
2008-2011 SMPN 6 Banjarmasin
2011-2014 SMKN 3 Banjarmasin
2014-2018 Universitas Brawijaya

Pengalaman Organisasi :

- Kabid Informasi dan Bahasa Asing OSIS SMKN 3 Banjarmasin
- Staf Divisi Pelatihan dan Pengembangan HMJIE FEB UB 2015
- Staf Sumber Daya Manusia LPM Indikator FEB UB 2015-2016
- Ketua Komisi Advokasi Dewan Pers Kampus UB 2016
- Pemimpin Divisi Penelitian dan Pengembangan LPM Indikator FEB UB 2017

ABSTRAK

Kopi merupakan minuman yang banyak memiliki penggemar, karena memiliki cita rasa yang berbeda-beda di setiap tempat. Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Resto Indonesia (Apkrindo) Malang, sepanjang tahun 2015 terjadi perkembangan kafe dan restoran sebesar 30% dibanding tahun 2014, diantara dua tempat (kafe dan restoran), yang mendominasi adalah kafe. Mahasiswa mengkonsumsi kopi memiliki pola dan tujuannya masing-masing, tergantung perilaku konsumsi dari masing-masing mahasiswa. Perilaku konsumsi setiap individu dibentuk oleh adanya kebutuhan. Menurut Abraham Maslow, kebutuhan terbagi menjadi lima jenis, mulai kebutuhan fisiologis, rasa aman, rasa memiliki, harga diri, dan aktualisasi diri. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang. Unit analisis pada penelitian ini berfokus pada perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik fenomenologi dengan melakukan observasi, wawancara semi-terstruktur dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan konsumsi kopi berdasarkan tiga kebutuhan dasar yang di jabarkan oleh Abraham Maslow, yaitu kebutuhan fisiologis, rasa memiliki dan aktualisasi diri. Ada tiga nilai yang membuat mahasiswa melakukan konsumsi kopi, yaitu ajakan dari teman, pengaruh keluarga dan kondisi pendapatan mahasiswa.

Kata kunci: Maslow, Kebutuhan, Konsumsi, Kopi

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u>	<u>i</u>
<u>LEMBAR PENGESAHAN.....</u>	<u>ii</u>
<u>SURAT PERNYATAAN</u>	<u>iii</u>
<u>LEMBAR PERSETUJUAN</u>	<u>iv</u>
<u>KATA PENGANTAR.....</u>	<u>v</u>
<u>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</u>	<u>vii</u>
<u>ABSTRAK</u>	<u>viii</u>
<u>DAFTAR ISI.....</u>	<u>ix</u>
<u>DAFTAR TABEL</u>	<u>xi</u>
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	<u>xii</u>
<u>BAB I LATAR BELAKANG</u>	<u>1</u>
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<u>BAB II KAJIAN PUSTAKA</u>	<u>6</u>
2.1 Teori Konsumsi	6
2.2 Jenis Barang dalam Ekonomi.....	17
2.3 Teori Kebutuhan Abraham Maslow.....	21
2.4 Penelitian Terdahulu.....	22
2.5 Kerangka Berpikir.....	24

BAB III METODE PENELITIAN 26

3.1 Pendekatan 26

3.2 Unit Analisis dan Penentuan Informan..... 28

3.3 Teknik Pengumpulan Data 29

3.4 Teknik Analisis Data 30

3.5 Teknik Uji Keabsahan Data 32

**BAB IV PERILAKU KONSUMSI KOPI DI KALANGAN MAHASISWA DI
KAFE SEPANJANG JALAN KALPATARU KOTA MALANG 34**

4.1 Informan 34

4.2 Lokasi Penelitian 34

4.3 Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Bentuk Pemenuhan Kebutuhan
Fisiologis, Media Bergaul dan Pendalaman Tentang Kopi..... 36

4.4 Nilai-Nilai yang Membuat Mahasiswa Melakukan Konsumsi Kopi
..... 52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 63

5.1 Kesimpulan..... 63

5.2 Saran..... 64

DAFTAR PUSTAKA 65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Daftar Informan	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Denah Jalan Kalpataru.....	35
Gambar 4.2 Suasana Jalan Kalpataru di Siang Hari	35
Gambar 4.3 Suasana Jalan Kalpataru di Malam Hari.....	36
Gambar 4.4 Lyo Masih Menunggu Kopinya	37
Gambar 4.5 Blessy dan Secangkir Air Putih, Latte, dan Espresso	39
Gambar 4.6 Blessy Menghabiskan Dua Cangkir Kopi.....	40
Gambar 4.7 Bara Meminum Kopi Bersama Teman-Temannya	44
Gambar 4.8 Naufal sedang Menikmati Secangkir Kopi	46
Gambar 4.9 Kafe Favorit Naufal untuk Menggali tentang Kopi.....	48
Gambar 4.10 Para Barista yang sedang Bekerja	51
Gambar 4.11 Blessy Meminum Kopi Bersama Temannya	53
Gambar 4.12 Lyo dan Bintang Bersenda Gurau	55
Gambar 4.13 Lyo Sedang Menikmati Secangkir Kopi	57
Gambar 4.14 Rokok dan Kopi Milik Blessy yang Harus Dipenuhi	59
Gambar 4.15 Naufal dan Lattenya	60

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Kopi, sebuah minuman yang menjadi pembicaraan hangat di masa kini. Kopi memang selalu menarik untuk diperbincangkan, karena merupakan salah satu komoditi yang laris dan diburu para penikmat kopi dimana-mana. Tayangnya film layar lebar berjudul *Filosofi Kopi* pada tahun 2015 dan sekuelnya *Filosofi Kopi 2: Ben & Jodi* di tahun 2017 merupakan sebuah tanda bahwa kopi adalah sesuatu yang unik dan asik untuk dijadikan santapan sehari-hari.

Seiring perkembangannya, kopi sekarang juga membutuhkan sarana dan prasarana untuk memfasilitasi dan memudahkan konsumen mendapatkan secangkir kopi. Hal ini menjadi peluang bisnis tersendiri untuk wirausahawan, khususnya di Kota Malang. Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Resto Indonesia (Apkrindo) Malang, sepanjang tahun 2015 terjadi perkembangan kafe dan restoran sebesar 30% dibanding tahun 2014, diantara dua tempat (kafe dan restoran), yang mendominasi adalah kafe. Maka ketika ada 10 tempat baru, maka 7 adalah kafe dan 3 restoran.

Di Kota Malang memang banyak terdapat kafe-kafe dengan berbagai macam kelas dan suasana. Seperti *Kopi Tuang* yang digandrungi mahasiswa karena harga yang terjangkau dengan *interior* yang cukup klasik. Ada juga *Arti Kopi*, kafe ini berada tepat di pinggir sawah warga, sehingga mampu membawa ketenangan sendiri ketika menyantap kopi disini. Kafe *Omahkayu* yang berada di dalam komplek kecil juga menjadi destinasi asik untuk menyantap kopi. Suasana yang ditawarkan layaknya sebuah rumah kayu, mulai dari bangku sampai ke

aksesoris *interior* terbuat dari kayu. Tak lupa penyajian pemandangan sawah yang menyejukkan pengunjung ketika di sore hari. Dan masih banyak kafe di Kota Malang, khususnya di sepanjang Jalan Kalpataru seperti *Kopi Tuang*, *Kedai Kopi*, *Gladiol Cafe*, *Lenong Rumpi*, dan lain-lain. Selain suasana kafe, cita rasa kopi yang disajikan juga menjadi ciri khas, karena setiap olahan *Barista*¹ kafe menentukan cita rasa dari secangkir kopi.

Metode seduh yang digunakan *Barista* juga ikut menentukan rasa, kepekatan, dan aroma kopi yang disajikan. Kafe-kafe di Kota Malang banyak yang menggunakan metode *Manual Brewing* atau penyeduhan secara manual (tanpa mesin). Kopi yang sering dipesan oleh konsumen menggunakan metode *manual brewing* yaitu ada metode Tubruk, *French Press*, *Drip*, *Syphon*, *Aero Press*, dan lain-lain (Hoffman, 2014). Jadi, tidak hanya biji kopi nya saja, namun penyeduhan juga menjadi faktor penentu kenikmatan secangkir kopi. Setiap metode ini menentukan cita rasa masing-masing dari kopi yang disajikan.

Dalam kehidupan Mahasiswa, khususnya di Kota Malang, *ngopi*² merupakan kegiatan yang digemari. Beberapa menganggap *ngopi* merupakan gaya hidup. Fenomena *ngopi* menjadi sebuah sejarah baru yang telah direkonstruksi, tidak hanya tingkat orientasi sosial, pola estetis dan gaya yang khas, tetapi kini fungsinya semakin mendapatkan ruang tersendiri di hati mahasiswa. Selain terjangkau harganya, nilai estetis *ngopi* juga menjadi hiburan yang tidak tergantikan dari kehidupan masyarakat, khususnya mahasiswa. Budaya minum kopi terutama minum bersama-sama ini tidak hanya ada di Indonesia yang wilayahnya menjadi produsen kopi seperti Tulung Agung, Aceh, Jogjakarta dan berbagai daerah lain namun telah merambah hampir semua daerah terutama yang ramai karena aktivitas publiknya termasuk di Kota Malang

¹ Istilah *Barista* berasal dari Italia, artinya orang yang bekerja di belakang meja kafe dan meramu minuman dari kopi sebagai bahan dasar. **Invalid source specified.**

² *Ngopi* merupakan bahasa slang dari minum kopi.

yang dipadati oleh mahasiswa. *Ngopi* bukan sekadar hobi atau kesenangan saja, didalamnya kerap terjadi pertukaran informasi dan wacana, pengembangan wawasan bahkan sering terjadi kesepakatan kerjasama mulai dari janji lanjutan hingga tanda tangan kontrak yang membuahkan nilai ekonomi yang lebih.

Kopi bisa membuat seseorang mengalami adiksi (ketagihan) terhadap kafein yang terkandung di dalam kopi. Kesehatan fisik memang tidak dirasa secepat dampak kesehatan jiwa karena sifatnya kumulatif terutama bagi penikmat kopi yang telah mencapai tahap adiksi. Menurut masyarakat awam, kopi mampu menghilangkan rasa kantuk dan terhindar dari rasa mengantuk. Sedangkan menurut hasil penelitian ilmiah, kopi mampu menurunkan risiko *diabetes mellitus*, penyakit *kardiovaskuler*, kanker serta mampu menurunkan kadar asam urat darah (Lelyana, 2008). Efek langsung dari kafein, khususnya dalam secangkir kopi secara ilmiah terhadap kesehatan sebetulnya tidak ada, tetapi yang ada merupakan efek tak langsungnya seperti menstimulasi pernafasan dan jantung, serta memberikan efek samping berupa rasa gelisah (*neuroses*), tidak dapat tidur (*insomnia*), dan denyut jantung tak beraturan (*tachycardia*) yang bisa menyebabkan bahaya tekanan darah (Ririanty, 2013)

Mahasiswa mengonsumsi kopi memiliki pola dan tujuannya masing-masing, tergantung perilaku konsumsi dari masing-masing mahasiswa. Perilaku konsumsi setiap individu dibentuk oleh adanya kebutuhan (Engel, F, & D Blackwell, 1994). Konsumsi merupakan bagaimana cara manusia dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka (Damsar, 2009). Kepuasan yang dicari ini dapat diperoleh dengan berbagai cara seperti menikmati, membeli, memakai, membuang, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya (Damsar, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut, perilaku konsumsi mahasiswa dapat digambarkan dengan

konsumsi yang dilakukan seperti membeli makanan untuk memenuhi kebutuhan fisiknya, membayar sewa untuk kontrakan, berbaur dengan lingkungan pergaulan yang baru, membeli pakaian, berdandan, mengikuti kegiatan seminar, berwisata, belanja ke Mall, dan sebagainya.

Pertimbangan dalam mengkonsumsi sesuatu yang dilakukan mahasiswa bergantung pada kebutuhan mahasiswa tersebut. Menurut model hirarki kebutuhan milik Abraham Maslow (Kinicki & Robert, 2008), setiap individu memiliki kebutuhan secara berurutan, dimulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan untuk merasa memiliki, kebutuhan akan harga diri, dan sampai kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Pertimbangan dalam mengkonsumsi adalah berdasarkan kebutuhan yang paling dasar terlebih dahulu, ketika kebutuhan yang paling dasar sudah terpenuhi maka kebutuhan yang memiliki tingkatan yang lebih tinggi akan muncul (Kinicki & Robert, 2008).

Melalui pembahasan di atas, mahasiswa mengkonsumsi kopi dibentuk oleh adanya kebutuhan, entah bentuk pemenuhan kebutuhan fisiologis, rasa aman, rasa memiliki, harga diri atau aktualisasi diri yang menuju ke perilaku konsumsi mahasiswa itu sendiri. Hal tersebut yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Mahasiswa di Kafe Sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan poin permasalahan yaitu, Bagaimana perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk menjelaskan tentang perilaku konsumsi, khususnya dalam mengkonsumsi kopi dan untuk mengimplementasikan teori yang telah didapatkan selama dalam perkuliahan dalam mikroekonomi pada umumnya, serta mempelajari perilaku konsumsi pada khususnya.

2. Pengusaha Kafe/Warung Kopi

Hasil penelitian diharapkan berguna sebagai bahan evaluasi pengembangan pelaku usaha warung kopi atau kafe di Indonesia pada umumnya dan Malang pada khususnya dan menjadi bahan kajian untuk memetakan peluang bisnis, khususnya yang berhubungan langsung dengan penjualan minuman kopi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Konsumsi

Dalam pengertian yang paling umum, konsumsi artinya adalah pemuasan kebutuhan (Firat, 2013). Di dalam Damsar (2009) menurut Don Slater konsumsi adalah bagaimana manusia dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Individu dapat memperoleh kepuasan mereka dengan berbagai macam cara, seperti menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya. Jadi, pengertian konsumsi dari Slater tersebut sesuai dengan istilah mengkonsumsi seperti yang dikutip Featherstone (2001) dari Raymon Williams, sebagai merusak, memakai, membuang, menghabiskan (Damsar, 2009).

Dengan definisi seperti yang dikemukakan Slater tersebut maka konsumsi menurut Chaney dalam Damsar (2009) adalah segala sesuatu yang mengacu kepada seluruh aktifitas sosial yang individu lakukan. Dengan demikian, tindakan konsumsi tidak hanya dipahami sebagai makan, minum, sandang, dan papan saja tetapi juga harus dipahami dalam berbagai fenomena dan kenyataan berikut: menggunakan waktu luang, mendengar radio, menonton televisi, bersolek atau berdandan, berwisata, menonton konser, melihat pertandingan olahraga, menonton randai, membeli komputer untuk mencari informasi, mengendarai kendaraan, membangun rumah untuk tempat tinggal, dan lain sebagainya (Damsar, 2009).

2.1.1 Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Engel & Blackwell, 1994) “Akibat adanya kendala keterbatasan pendapatan di satu sisi, dan adanya keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa sebanyak-banyaknya agar diperoleh kepuasan yang maksimal di sisi lainnya, maka timbul perilaku konsumsen” (Joerson, 2012).

Perkembangan harga mempengaruhi pilihan dan keputusan konsumen dalam membeli sejumlah barang. Jika harga barang naik konsumen cenderung mengurangi pembeliannya. Jika harga turun konsumen akan menambah pembeliannya. Keterbatasan pendapatan memaksa konsumen untuk berhati-hati dalam menggunakan uangnya. Agar dengan keterbatasan pendapatan tersebut dapat memperoleh barang yang mempunyai utilitas (nilai guna) tinggi sesuai dengan kebutuhannya. Utilitas (nilai guna) adalah kemampuan suatu barang dalam memenuhi kebutuhan manusia (Amaliawati & Murni, 2014).

Akan diuraikan beberapa pendekatan untuk menjelaskan perilaku konsumen, yaitu:

1. Pendekatan Kardinal (Cardinal Approach)

Menurut pendekatan ini, nilai guna dapat diukur dengan satuan uang, dan tinggi rendahnya nilai guna bergantung pada subjek yang menilai. Pendekatan ini juga mengandung anggapan bahwa semakin berguna suatu barang maka akan semakin diminati. Asumsi dari pendekatan ini adalah:

- a) Konsumen rasional, artinya konsumen bertujuan memaksimalkan kepuasannya dengan batasan pendapatannya.

- b) *Diminishing marginal utility*, artinya tambahan utilitas (nilai guna) yang diperoleh konsumen makin menurun dengan bertambahnya konsumsi dari komoditas tersebut.
- c) Pendapatan konsumen tetap.
- d) *Constant marginal utility of money*, artinya uang mempunyai nilai subjektif yang tetap.
- e) *Total utility* menunjukkan jumlah kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi berbagai jumlah barang. *Total utility* adalah *additive* dan *independent*. *Additive* artinya nilai guna dari sekumpulan barang adalah fungsi dari kuantitas masing-masing barang yang dikonsumsi. Sedangkan *independent* mengandung pengertian bahwa nilai guna X_1 , tidak dipengaruhi oleh tindakan mengkonsumsi barang $X_2, X_3, X_4 \dots X_n$ dan sebaliknya. (Joerson, 2012)

2. Pendekatan Ordinal (*Ordinal Approach*)

Dalam pendekatan ordinal, nilai guna tidak dapat diukur atau diquantifikasi. Nilai guna hanya dapat dibandingkan tinggi atau lebih tinggi, sebaliknya rendah atau lebih rendah (Amaliawati & Murni, 2014). Pendekatan yang dipakai dalam teori ordinal adalah *indifference curve*, yaitu kurva yang menunjukkan kombinasi dua macam barang konsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Asumsi dari pendekatan ini adalah:

- a) Konsumen rasional.
- b) Konsumen mempunyai pola preferensi terhadap barang yang disusun berdasarkan urutan besar kecilnya nilai guna.
- c) Konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu.
- d) Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum.

- e) Konsumen konsisten, artinya bila A lebih dipilih daripada B karena A lebih disukai daripada B, dan tidak berlaku sebaliknya B lebih dipilih daripada A.
- f) Berlaku hukum transitif, artinya bila A lebih disukai daripada B, B lebih disukai daripada C, maka A lebih disukai daripada C. Artinya barang yang paling disukai konsumen adalah barang yang paling mempunyai nilai guna.

3. Preferensi Nyata (Revealed Preference)

Teori ini diperkenalkan oleh Paul Samuelson. Dalam memilih berbagai macam barang yang dihadapinya, dengan syarat bahwa konsumen konsisten dalam preferensinya akan barang satu dibandingkan barang lain (Amaliawati & Murni, 2014). Asumsi dari teori ini adalah rasionalitas. Yaitu konsumen adalah rasional. Juga mengandung pengertian bahwa jumlah barang yang banyak lebih disukai daripada barang yang sedikit.

- a) Konsisten, artinya apabila konsumen telah menentukan A lebih disukai daripada B maka dia tidak sekali-kali mengatakan bahwa B lebih disukai daripada A.
- b) Asas transitif, artinya bila konsumen menyatakan A lebih disukai daripada B, dan B lebih disukai daripada C, maka ia akan menyatakan juga bahwa A lebih disukai daripada C.

- c) *Revealed preference axiom*, yaitu konsumen tentu akan menyisihkan sejumlah uang tertentu untuk pengeluarannya. Jumlah ini merupakan anggaran yang dapat dipergunakannya. Kombinasi barang X dan Y yang sesungguhnya dibeli di pasar merupakan preferensi atas kombinasi daripada kombinasi X dan Y yang lain. Kombinasi yang dibeli ini akan memberikan nilai guna yang tertinggi baginya. (Joerson, 2012)

4. Pendekatan Atribut

Pendekatan ini diperkenalkan oleh Kelvin Lancaster. Pendekatan ini mempunyai pandangan bahwa konsumen dalam membeli produk tidak hanya karena nilai guna dari produk tersebut, tetapi karena karakteristik atau atribut-atribut yang disediakan oleh produk tersebut. Kita akan terlepas dari diskusi mengenai bagaimana mengukur nilai guna suatu barang, yang merupakan asumsi dasar dari pendekatan sebelumnya. Pendekatan ini memandang suatu barang yang diminta konsumen bukan jumlahnya, melainkan atribut yang melekat pada barang tersebut, sehingga lebih dapat menjelaskan tentang pilihan konsumen terhadap produk (Joerson, 2012)

2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi

Kotler dan Armstrong (2008) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan konsumsi itu terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

1. Faktor Budaya

a. Budaya

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen.

Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) termasuk dalam budaya ini adalah pergeseran budaya serta nilai-nilai dalam keluarga.

b. Sub budaya

Sub budaya adalah sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum. Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa.

Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.

2. Faktor Sosial

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, yaitu:

a. Kelompok

Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama. Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi reguler tapi informal seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan sekerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder, yang mempunyai interaksi lebih formal dan kurang reguler. Ini mencakup organisasi seperti kelompok keagamaan, asosiasi profesional dan serikat pekerja.

b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara mendalam, pemasar tertarik dalam peran dan pengaruh suami, istri dan anak-anak pada pembelian berbagai produk dan jasa.

c. Peran dan Status

Peran terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu:

a. Umur dan Tahap Daur Hidup

Orang cenderung berubah-ubah dalam membeli barang dan jasa selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Pemasar seringkali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menurut kelompok pekerjaan tertentu.

c. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi sekarang ini akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi

menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali dan mengubah harga produknya.

d. Gaya Hidup

Pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas (pekerjaan, hobi, berbelanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi) dan opini yang lebih dari sekedar kelas sosial dan kepribadian seseorang, gaya hidup menampilkan pola bereaksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian setiap orang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Kepribadian biasanya diuraikan dalam arti sifat-sifat seperti rasa percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, kemampuan menyesuaikan diri, dan keagresifan. Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemilihan produk atau merek tertentu.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang

Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting, seperti:

a. Motivasi

Kebutuhan akan mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhannya tersebut. Dalam urutan kepentingan, jenjang kebutuhannya adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan pengaktualisasian diri. Mula-mula seseorang mencoba untuk memuaskan kebutuhan yang paling penting. Kalau sudah terpuaskan, kebutuhan itu tidak lagi menjadi motivator dan kemudian orang tersebut akan mencoba memuaskan kebutuhan paling penting berikutnya. Misalnya orang yang kelaparan (kebutuhan fisiologis) tidak akan tertarik dengan apa yang terjadi dalam dunia seni (kebutuhan mengaktualisasikan diri), tidak juga pada bagaimana orang lain memandang dirinya atau penghargaan orang lain (kebutuhan sosial atau penghargaan), bahkan tidak tertarik juga pada apakah mereka menghirup udara bersih (kebutuhan rasa aman).

b. Pengetahuan

Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Pentingnya praktik dari teori pengetahuan bagi pemasar adalah mereka dapat membentuk permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, menggunakan petunjuk yang membangkitkan motivasi, dan memberikan peranan positif

c. Keyakinan dan Sikap

Melalui tindakan dan pembelajaran, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini, pada waktunya mempengaruhi tingkah laku membeli. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan didasarkan pada pengetahuan yang sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi atau mungkin tidak.

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan ini mungkin didasarkan pada pengetahuan sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi dan mungkin tidak (Kotler, Philip, & Armstrong, 2008).

Pemasar/perusahaan tertarik pada keyakinan bahwa orang yang merumuskan mengenai produk dan jasa spesifik, karena keyakinan ini menyusun citra produk dan merek yang mempengaruhi tingkah laku membeli yang mempengaruhi tingkah laku membeli. Bila ada sebagian keyakinan yang salah dan menghalangi pembelian, pemasar pasti ingin meluncurkan usaha untuk mengoreksinya.

Sikap menguraikan evaluasi, perasaan dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten. Sikap menempatkan orang dalam suatu kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu mengenai mendekati atau menjauhinya.

2.2 Jenis Barang dalam Ekonomi

1. Barang Menurut Sifatnya

Berdasarkan sifat atau langka tidaknya, barang dapat dibedakan menjadi dua, yaitu barang ekonomis dan barang bebas.

a. Barang ekonomis, adalah barang yang jumlahnya terbatas bila dibandingkan dengan kebutuhan manusia, sehingga untuk memperolehnya memerlukan pengorbanan, baik tenaga maupun uang. Misalnya makanan, minuman, pakaian, rumah, dan air mineral yang semuanya harus kamu dapatkan dengan melakukan pengorbanan.

b. Barang bebas, adalah barang yang tersedia dan tidak terbatas jumlahnya, sehingga untuk memperolehnya tanpa mengeluarkan pengorbanan. Misalnya air, udara, sinar matahari, angin, dan hujan yang dapat kamu peroleh tanpa melakukan pengorbanan.

2. Barang Menurut Fungsinya (Tujuan Penggunaannya)

Barang menurut tujuan penggunaannya dapat dibedakan menjadi barang konsumsi dan barang produksi.

a. Barang konsumsi, adalah barang yang langsung dapat memenuhi kebutuhan manusia (barang jadi). Barang konsumsi disebut juga barang siap pakai, misalnya sepatu, baju, kaos, dan televisi.

b. Barang produksi/barang modal, adalah barang yang tidak langsung memenuhi kebutuhan manusia/konsumen, tetapi merupakan alat pembantu dalam proses produksi. Misalnya mesin produksi, gedung/bangunan pabrik, tanah, dan bahan baku.

3. Barang Menurut Wujudnya

Alat pemuas kebutuhan menurut wujudnya dapat dibedakan menjadi barang konkret (berwujud) dan barang abstrak (tidak berwujud).

a. Barang konkret/nyata/material, adalah alat pemuas kebutuhan manusia yang berupa zat, dapat diraba dan dilihat. Misalnya rumah, makanan, sepeda motor, mobil, dan perhiasan.

b. Barang abstrak/immaterial, adalah alat pemuas kebutuhan manusia yang tidak dapat diraba dan dilihat tetapi dapat dirasakan, atau lebih dikenal dengan jasa. Misalnya nama baik (goodwill), hak cipta, dan merk dagang.

4. Barang Menurut Cara Penggunaannya

Menurut cara penggunaannya, barang dapat dibedakan menjadi barang substitusi dan barang komplementer.

a. Barang substitusi adalah barang yang dapat saling menggantikan, artinya bila tidak ada barang yang satu, maka dapat digantikan dengan barang yang lainnya. Misalnya baju dengan kaos, teh dengan kopi, mobil dengan sepeda motor, dan kompor dengan tungku.

b. Barang komplementer, adalah barang yang dapat saling melengkapi, artinya cara penggunaannya digabungkan dengan barang yang lain. Misalnya baju dengan celana, kopi dengan gula, mobil dengan bensin, dan kompor dengan minyak tanah.

5. Barang Menurut Cara Pengerjaannya

Berdasarkan proses pengerjaannya, barang dapat dikelompokkan sebagai berikut.

a. Barang mentah/bahan mentah, adalah barang yang baru dihasilkan oleh alam, misalnya hasil pertanian, dan hasil perkebunan.

b. Barang setengah jadi adalah barang yang masih dalam proses produksi, misalnya tepung, kain, dan kulit.

c. Barang jadi, adalah barang yang telah selesai mengalami proses produksi dan langsung dapat dikonsumsi, misalnya sepatu, kaos kaki, tas, dan pakaian. Jadi, sudah jelas bahwa barang atau jasa sangat berguna bagi manusia dan mempunyai nilai serta manfaat yang besar dalam rangka memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia.

6. Barang Normal

Dalam [ilmu ekonomi](#), barang normal adalah semua barang yang permintaannya akan bertambah ketika pendapatan masyarakat bertambah (yang juga berarti bahwa barang tersebut memiliki [elastisitas permintaan](#) positif. Istilah *normal* tidak merujuk pada kualitas barang tersebut.

7. Barang Inferior

Barang inferior adalah barang yang jumlah permintaannya akan turun seiring dengan peningkatan pendapatan [masyarakat](#). Salah satu contoh barang inferior adalah [sandal jepit](#). Ketika tingkat [pendapatan](#) masyarakat rendah, tingkat permintaan terhadap barang tersebut akan tinggi. Namun ketika tingkat pendapat masyarakat meningkat, permintaan atas barang tersebut akan turun karena masyarakat meninggalkannya dan memilih untuk membeli sandal lain yang lebih berkualitas meskipun dengan harga yang lebih mahal.

8. Barang Giffen

Salah satu barang yang bertentangan dengan hukum permintaan, semakin tinggi harga barang giffen, jumlah yang diminta akan semakin tinggipula. Sebaliknya jika harga barang giffen rendah, permintaannya akan turun

Contoh dari barang jenis ini adalah makanan pokok berkualitas rendah (*Staple Food*) seperti singkong, gaplek, dan sebagainya. Permintaan akan barang giffen ini didorong oleh kemiskinan yang membuat konsumen tidak mampu membeli barang yang lebih berkualitas

Barang Giffen adalah barang yang apabila harganya turun justru permintaannya ikut turun dan naiknya harga barang giffen justru menaikkan jumlah barang yang diminta.

Contoh barang giffen adalah Pakaian yang dijual oleh penjual pakaian bekas, apabila harga pakaian bekas tersebut rendah/ turun permintaan akan barang tersebut turun juga karena asumsi di masyarakat dengan harga yang rendah berarti mutu pakaian tersebut juga rendah dan sebaliknya apabila harganya naik/ tinggi berarti mutu dari pakaian bekas tersebut juga tinggi / baik sehingga permintaan dari konsumen juga tinggi.

Dinamakan setelah Robert Giffen (1837-1910), baik yang permintaan meningkat seiring dengan meningkatnya harga. Tetapi barang tersebut tidak mungkin ada di dunia nyata. *Giffen* adalah nama ekonom yang menemukan bukti bahwa ada konsumen yang meningkatkan permintaannya meskipun harga barang tersebut naik.

2.3 Teori Kebutuhan Abraham Maslow

Kebutuhan merupakan dasar terbentuknya dan menentukan perilaku konsumen. Kebutuhan didefinisikan sebagai persepsi atas perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk mengaktifkan proses keputusan dalam mengonsumsi (Engel, F, & D Blackwell, 1994). Pengenalan kebutuhan pada hakikatnya bergantung pada berapa banyak ketidaksesuaian yang ada di antara keadaan aktual atau kondisi konsumen saat ini dan keadaan yang diinginkan oleh konsumen (Engel, F, & D Blackwell, 1994). Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya dapat dipenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya (Mangkunegara, 2002).

Menurut Abraham Maslow dalam Kinicki (2008), kebutuhan terdiri dari 5 komponen: yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan untuk merasa memiliki, kebutuhan akan harga diri, dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Kebutuhan fisiologis menunjukkan kebutuhan yang terkait dengan kebutuhan tubuh. Kebutuhannya adalah mengenai kelangsungan hidup manusia secara fisik. Contohnya adalah kebutuhan akan oksigen, kebutuhan akan makan, air, dan tidur. Adapun kebutuhan lainnya yang menghasilkan kepuasan seperti rasa, bau, dan sentuhan juga termasuk dalam kategori kebutuhan fisiologis (Seeley, 1988). Kebutuhan akan rasa aman adalah kebutuhan akan bebasnya individu dari hal yang membahayakan fisik dan psikologis individu tersebut (Oleson, 1999). Terkait dengan kebutuhan akan rasa aman, contohnya adalah kebutuhan akan tempat tinggal, kebutuhan akan sumberdaya, dan kebutuhan akan pekerjaan (Seeley, 1988). Kebutuhan untuk merasa memiliki menunjukkan kebutuhan akan kedekatan dengan orang lain,

memiliki pertemanan, kasih sayang baik itu dengan orang tua, anak, atau pasangan, menjadi bagian dalam grup tertentu. Kebutuhan akan harga diri menunjukkan adanya keinginan individu untuk sebuah perasaan percaya diri. Kebutuhan ini menggambarkan keinginan dari dalam diri seseorang yaitu kekuatan, perstasi, independen, ataupun keinginan eksternal seperti reputasi, gengsi, pengakuan, perhatian, dan lain-lain (Seeley, 1988). Kebutuhan untuk aktualisasi diri adalah keinginan untuk berkembang, untuk mencari kebaikan, keindahan, kesempurnaan, kekayaan, merupakan kategori tujuan dari perilaku aktualisasi diri (Seeley, 1988).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai faktor-faktor perilaku konsumsi masyarakat yang berkaitan dengan konsumsi kopi atau teori kebutuhan telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Nama	Judul	Hasil
1.	2017	Artanita Nawawi	Faktor-Faktor yang Mendorong Konsumen Mengonsumsi Kopi <i>Single Origin</i> (Studi Pada Komunitas Penikmat Kopi (KPK) Lampung di Kedai Kopi Coffee Paste)	Perilaku Konsumsi Komunitas Penikmat Kopi Lampung untuk mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Coffe Paste dipengaruhi oleh faktor atribut produk, sosial, kebudayaan, pribadi, dan psikologis.
2.	2015	Adam Apriliyadi	Penerapan Model Hirarki Kebutuhan Maslow pada Perilaku Konsumsi (Studi Pada Mahasiswa Migran Dari Jakarta Di Universitas Brawijaya	Perilaku konsumsi mahasiswa migran dari Jakarta di Universitas Brawijaya dipenuhi sesuai kebutuhan yang runtut, dari fisiologis, rasa memiliki, rasa aman, aktualisasi diri, dan harga diri.

3.	2015	Sulistiyono	Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilisan Fisik Vynil di Yogyakarta	Perilaku konsumsi dalam mengkonsumsi rilisan fisik vynil dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu pekerjaan, pengalaman, kekayaan, hobi, selera, dan rasa suka. Dan juga dipengaruhi faktor eksternal, yaitu budaya, gaya hidup, teman, produk, promosi, harga, dan kualitas produk.
----	------	-------------	--	--

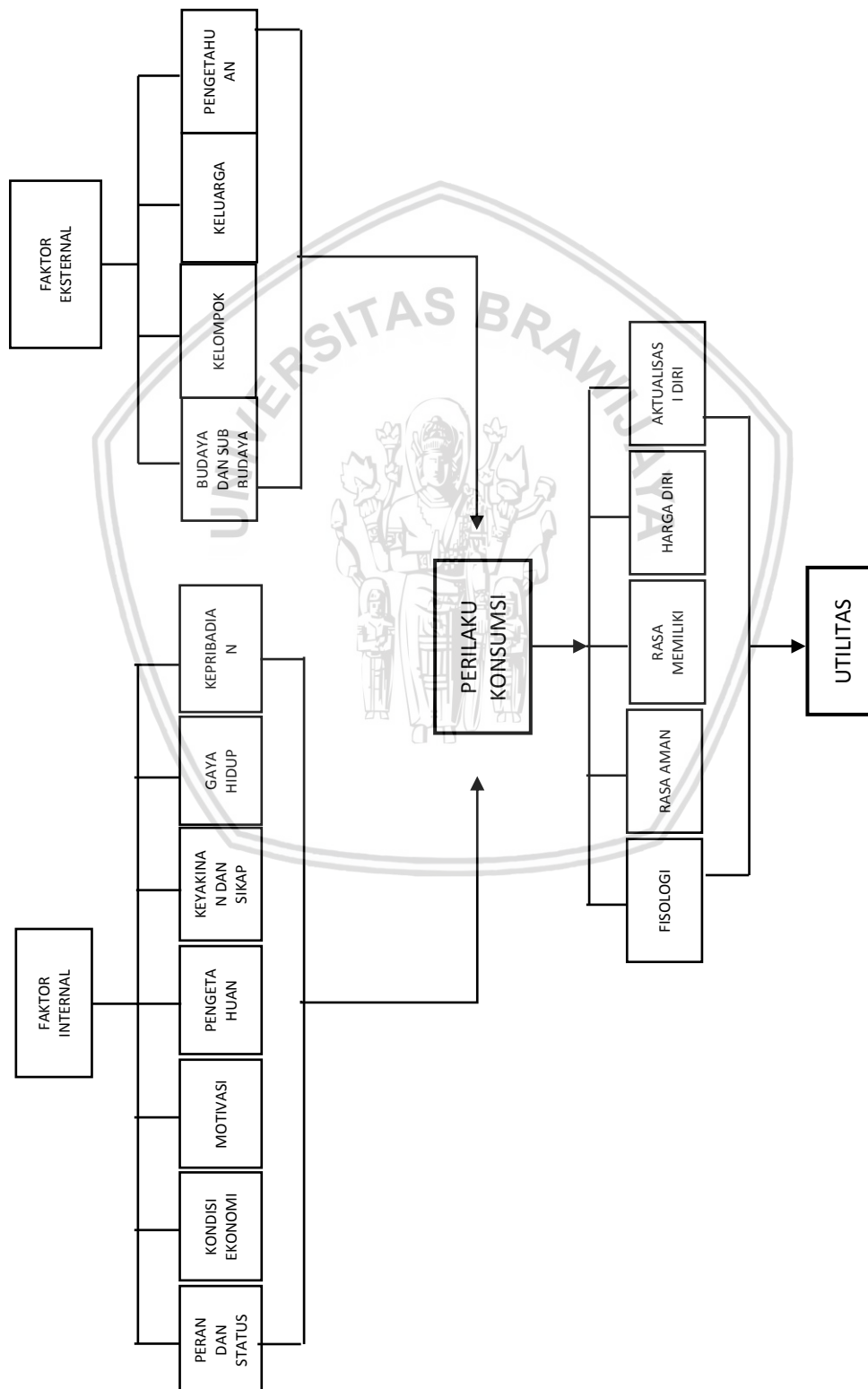
Sumber: Penulis (2017)

2.5 Kerangka Berpikir

Seorang konsumen melakukan tingkah laku atau berperilaku cenderung dipicu oleh adanya kebutuhan atau keinginan terhadap suatu barang atau jasa (dalam penelitian ini adalah kopi) agar kebutuhan/keinginan tersebut terpenuhi dan terpuaskan. Perilaku konsumen sebagai manifestasi pemuasan kebutuhan cenderung semakin spesifik karena dipengaruhi oleh faktor internal si konsumen seperti peran dan status, kondisi ekonomi (pendapatan dan kekayaan yang dimiliki), motivasi, pengetahuan, kepribadian, gaya hidup, serta keyakinan dan sikap. Faktor eksternal yang meliputi keluarga, budaya dan sub-budaya, kelas sosial, serta kelompok acuan yang pada akhirnya konsumen akan mencari barang atau jasa yang akan dibelinya dengan berbagai pertimbangan. Perilaku ini untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan tingkatan (fisiologis, rasa aman,

rasa memiliki, harga diri, dan aktualisasi diri) yang dimiliki oleh konsumen agar mencapai utilitas ketika mengkonsumsi kopi.

Gambar 2.1 Alur Kerangka Berpikir



Sumber: Penulis (2017)

BAB III

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu, untuk mengetahui perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang, maka penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan karena lebih dalam untuk menggali informasi dalam mendapatkan penjelasan dari informan. Di samping itu, penelitian kualitatif dipilih karena mampu secara *detail* untuk menggali, mengeksplorasi, menggambarkan, atau mengembangkan pengetahuan bagaimana kenyataan dialami dengan mencoba untuk meminta orang-orang untuk mengungkapkan berbagai pikiran mereka tentang suatu topik tanpa memberi mereka banyak arahan atau pedoman bagaimana harus berkata apa, sehingga peneliti tidak menggunakan perhitungan.

Menurut Sugiyono (2007) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

3.1 Pendekatan

Pendekatan fenomenologi digunakan dalam penelitian perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang karena mampu untuk melihat lebih jauh dan mendalami sebuah fenomena terkait perilaku konsumsi sesuai dengan pengalaman subjek yang diteliti. Peneliti ingin menjelaskan makna fenomena yang terjadi pada subjek penelitian dan dilakukan

dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai fenomena yang dikaji dan peneliti bebas untuk menganalisis data yang diperoleh.

Fenomenologi adalah strategi penelitian dimana didalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu (Creswell, 2010). Fenomena dalam pengalaman manusia pastilah sangat berarti dalam kehidupan manusia tersebut. Di dalam proses penelitian ini, peneliti mengesampingkan terlebih dahulu pengalaman-pengalaman pribadinya agar dapat memahami pengalaman-pengalaman partisipan yang diteliti (Creswell, 2010).

Pendekatan fenomenologi digunakan dalam penelitian perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang karena untuk melihat lebih jauh dan mampu mendalami sebuah fenomena terkait perilaku konsumsi sesuai dengan pengalaman subjek yang diteliti. Tujuan dari penelitian fenomenologi adalah mendiskripsikan apa yang menjadi kesamaan dari para partisipan tentang bagaimana mereka mengalami fenomena yang ada (Creswell, 2010). Dalam penelitian ini fenomena objek penelitian berupa perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di Kota Malang. Sebuah penelitian fenomenologis berfokus pada keutuhan (*focuses on wholeness*) dengan menganalisis fenomena dari semua sisi dan perspektif dengan tujuan mengartikulasi esensi pengalaman informan (Gustiawan, 2015).

3.2 Unit Analisis dan Penentuan Informan

Sesuai dengan rumusan masalah yang dibawa, unit analisis pada penelitian ini berfokus pada perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang. Berdasarkan unit analisis tersebut maka pihak-pihak yang akan dijadikan informan dalam penelitian ini adalah:

- a. Informan kunci : Mahasiswa yang mengkonsumsi kopi di Jalan Kalpataru, Kota Malang yang sudah lama mengkonsumsi kopi dan memahami seluk-beluk kopi.

Peneliti menjadikan mahasiswa yang telah lama mengkonsumsi kopi dan mengetahui informasi tentang kopi lebih dalam dibanding mahasiswa lainnya sebagai informan. Pengetahuan tentang kopi yang dalam bisa membantu peneliti untuk mengetahui lebih dalam tentang kopi, khususnya faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dalam mengkonsumsi kopi.

- b. Informan Utama : Mahasiswa yang mengkonsumsi kopi di Jalan Kalpataru, di Kota Malang yang sudah lama mengkonsumsi kopi.

Peneliti menjadikan mahasiswa yang sudah lama mengkonsumsi kopi untuk dijadikan informan utama karena peneliti mencari informasi terkait perilaku konsumsi mahasiswa dalam mengkonsumsi kopi.

- c. Informan Penunjang : Mahasiswa yang mengkonsumsi kopi di Jalan Kalpataru, di Kota Malang yang baru dalam mengkonsumsi kopi.

Peneliti menjadikan mahasiswa yang baru-baru saja mengkonsumsi kopi untuk menambah informasi terkait perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan berbagai cara, antara lain :

a. Observasi

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi, karena dibutuhkan pengamatan mendalam dari berbagai macam unsur yang ada di subjek penelitian. Seperti *mood*, suasana sekitar subjek, sampai apa yang dilakukan subjek selama tahap penelitian. Observasi menangkap apa yang dilakukan dan dirasakan oleh subjek melalui panca indra, sehingga informasi yang didapat bisa dideskripsikan lebih dalam.

Menurut Nasution (Sugiyono, 2009) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dalam penelitian ini menggunakan observasi terus terang dan tersamar sehingga objek penelitian mengetahui tujuan peneliti namun terkadang tersamar mendapatkan informasi yang rahasia.

b. Wawancara

Teknik wawancara semi terstruktur dilakukan untuk mendapatkan data karena teknik ini dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi jawaban subjek penelitian tanpa harus lepas dari pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti. Hal ini dilakukan agar mempermudah pendalaman dan penguasaan jawaban dari subjek penelitian untuk menemukan jawaban yang signifikan untuk dijadikan data.

Dalam metode ini pelaksanaan pengumpulan data dilakukan dengan beberapa daftar pertanyaan yang sudah disiapkan namun bisa dikembangkan agar tidak terlalu kaku sehingga lebih menemukan jawaban yang terbuka dari informan.

c. Dokumentasi

Teknik terakhir adalah dokumentasi, karena penelitian ini tidak hanya menggunakan manusia sebagai subjek penelitian, namun juga memerlukan catatan-catatan atau hal lainnya yang bisa digunakan dan menunjang penelitian.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah lalu dan dapat berupa gambar, tulisan, karya-karya monumental dari objek penelitian (Sugiyono, 2013). Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto kegiatan ketika objek dalam fenomena dalam hal ini konsumsi.

3.4 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan karena analisis ini mampu menjabarkan data yang didapat secara *detail* dan mendalam. Sesuai dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara semi terstruktur dan dokumentasi, analisis deskriptif dapat menggambarkan data yang didapat sesuai dengan apa yang dirasa oleh subjek penelitian.

Metode analisis deskriptif adalah dengan mendeskripsikan data-data yang telah diolah secara kualitatif. Kemudian data-data tersebut dijabarkan guna memperjelas dalam penyampain hasil akhir.

Menurut Miles dan Huberman (Ariful, 2009) alur analisis dilakukan dengan tiga tahapan yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data digunakan karena penyederhanaan yang mencapai kepadatan dan inti kumpulan data yang didapat akan mempermudah hasil menemukan jawaban dari penelitian, sehingga seluruh data akan dipertimbangkan dan diolah untuk mencapai inti dari data yang didapat.

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data 'kasar' yang muncul dari catatan-catatan yang diperoleh dari data lapangan. Dengan kata lain bahwa reduksi data merupakan peringkasan hasil lapangan menjadi hasil yang lebih padat berisikan pokok atau inti hasil lapangan.

2. Penyajian Data

Penyajian data digunakan karena informasi yang didapat dari lapangan harus ada kesimpulan yang ditarik, sehingga informasi akan dikumpulkan dan disusun untuk kemudahan penarikan kesimpulan.

Penyajian data merupakan informasi yang terkumpul dan tersusun dan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data dalam penelitian ini berupa teks hasil wawancara dengan informan di lapangan.

3. Penarikan Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan dilakukan karena data yang sudah dikumpulkan dan dianalisis akan disajikan dengan kesimpulan yang jelas. Penarikan kesimpulan dilakukan sejak pengumpulan data, dimana dari proses tersebut mulai dicari pola-pola tertentu, penjelasan, serta alur-alur tertentu yang relevan dengan masalah penelitian. Sehingga pada akhirnya penarikan kesimpulan dilakukan setelah data yang terkumpul dianalisis. Setelah hasil penarikan kesimpulan tersebut diverifikasi, yaitu peninjauan ulang pada catatan hasil lapangan.

3.5 Teknik Uji Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi. Triangulasi sumber dan metode dilakukan karena penelitian membahas perilaku konsumsi dan mementingkan keintiman dan kedalaman jawaban dari subjek penelitian, untuk menarik kesimpulan yang kuat, harus dilakukan perbandingan antar sumber dan teknik yang sudah didapatkan dan dilakukan.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin dalam Moleong (2012) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

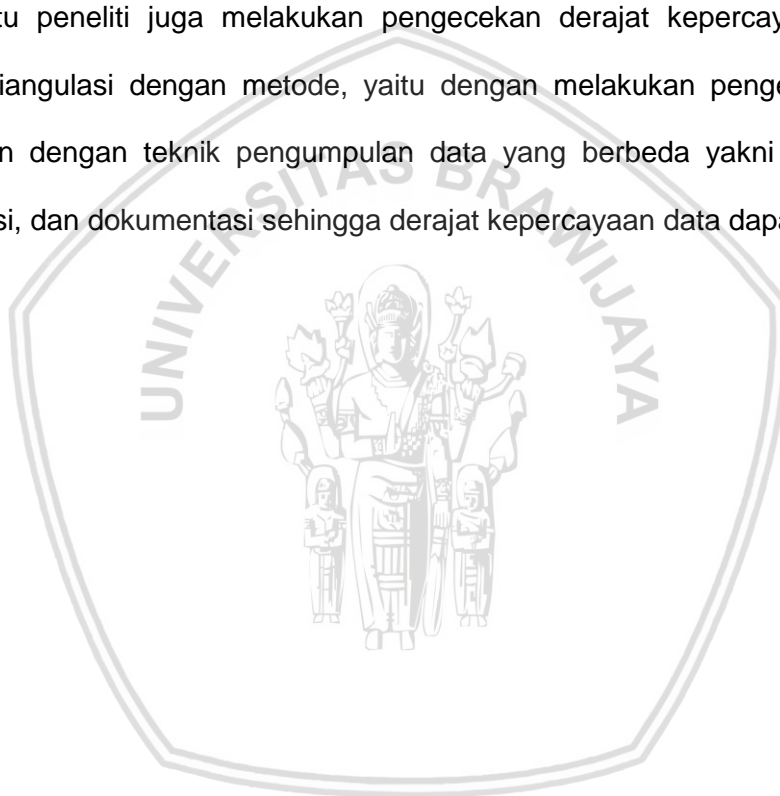
Dalam penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data triangulasi dengan sumber dan triangulasi dengan metode. Penggunaan triangulasi sumber digunakan untuk mendapatkan informasi yang kuat dan meminimalkan bias terkait informasi tersebut. Penggunaan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi dari berbagai sumber sebagai bentuk triangulasi dengan sumber dari penelitian ini.

Penggunaan triangulasi metode digunakan juga untuk mendapatkan informasi yang kuat dan meminimalkan informasi yang didapat dari sumber. Penggunaan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara terhadap satu sumber atau subjek penelitian sebagai bentuk triangulasi dengan metode dari penelitian ini.

Menurut Patton di dalam Moelong (2012) triangulasi dengan sumber memiliki arti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian

kualitatif. Sedangkan triangulasi dengan metode menurut Patton terdapat dua strategi, yaitu (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Dengan teknik triangulasi dengan sumber, peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informan penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan. Selain itu peneliti juga melakukan pengecekan derajat kepercayaan melalui teknik triangulasi dengan metode, yaitu dengan melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga derajat kepercayaan data dapat valid.



BAB IV

PERILAKU KONSUMSI KOPI DI KALANGAN MAHASISWA DI KAFE SEPANJANG JALAN KALPATARU KOTA MALANG

4.1 Informan

Sesuai dengan BAB sebelumnya, informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang sering atau pernah mengonsumsi kopi di kafe sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang, dengan biodata sebagai berikut:

Tabel 4.1 Daftar Informan

No.	Nama	Tanggal Lahir	Asal
1	Bara Satria Ananto	04-11-1995	Malang
2	Naufal Hilmy Fahryan Gunawan	29-03-1997	Malang
3	Lyo Akhbar Pratama Putra	28-06-1996	Batam
4	Adrian Blessy Driyarka	28-05-1997	Salatiga

Sumber: Penulis (2017)

4.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian tentang perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa ini mengambil di sepanjang Jalan Kalpataru, Kota Malang. Jalan Kalpataru merupakan jalan yang menjadi penyambung antara Jalan Soekarno-Hatta dan Jalan Letjend S. Parman. Jalan Kalpataru yang dipadati ruko-ruko ini menjadi lokasi strategis para pengusaha kafe dan restoran karena menjadi jalan yang sering dilalui masyarakat, khususnya mahasiswa.

Gambar 4.1 Denah Jalan Kalpataru



Sumber: Google Maps (2018)

Sepanjang Jalan Kalpataru banyak terdapat kafe-kafe yang sering di kunjungi oleh mahasiswa. Ada Kafe Lenong Rumpi, Kedai Kopi, Kafe Rie, Kopi Tuang, Telescope, Relish Cafe and Eatery, Gladiol Cafe, Rath's Cafe, dan Kopi Rombong.

Gambar 4.2 Suasana Jalan Kalpataru Di Siang Hari



Sumber: Penulis (2018)

Jalan Kalpataru di siang hari memang kurang padat, karena masih waktu perkuliahan bagi mahasiswa dan bekerja bagi pekerja di daerah Kota Malang,

Gambar 4.3 Suasana Jalan Kalpataru Di Malam Hari



Sumber: Penulis (2018)

tapi malam lah yang mulai terlihat hidup suasana di sepanjang Jalan Kalpataru. Kafe-kafe dipadati oleh mahasiswa yang ingin melakukan kegiatannya, mulai dari rapat, belajar hingga sekedar bergaul.

4.3 Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Bentuk Pemenuhan Kebutuhan Fisiologis, Media Bergaul dan Pendalaman Tentang Kopi

Peneliti mendapatkan jawaban di lapangan yang menjelaskan bahwa mahasiswa yang mengkonsumsi kopi di kafe sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan fisiologis, media bergaul, dan pendalaman tentang kopi.

4.3.1 Konsumsi Kopi Sebagai Bentuk Pemenuhan Kebutuhan Fisiologis

Hasil lapangan telah menunjukkan bahwa mahasiswa mengonsumsi kopi sebagai bentuk kebutuhan fisiologis, hal ini diungkapkan oleh Lyo Akhbar Pratama Putra, selaku mahasiswa semester 8 yang cukup tertarik dan terikat dengan kopi:

“...dibilang kebutuhan utama gak sih, tapi kalo gak ngopi, ya gak banget lah. Kalo aku tuh ya sehari gak ngopi yaa gak bisa tidur malah, jadi kudu ngopi dulu. Kayak wah nih udah malem udah ngantuk, tapi belum ngopi, jadi kudu ngopi dulu hahaha. Dimana-mana kalo ngopi malah ga tidur ya, nah ini aku kebalik *cuy*, jadi malah ga tidur kalo ga ngopi, kayak hampa gitu mau tidur tapi ga minum kopi hahaha..”

Gambar 4.4 Lyo Masih Menunggu Kopi



Sumber: Penulis (2018)

Sambil duduk santai meminum kopi Aceh Gayo kesukaan dia, Lyo menyatakan bahwa dirinya sudah kecanduan kopi dengan nada yang kebingungan. Dia memang tidak memahami dengan detail apa yang menyebabkan dirinya kecanduan.

Selama ini dia selalu mengonsumsi kopi untuk kebutuhan yang ditagih oleh tubuhnya, layaknya nasi yang dikonsumsi keseharian Lyo. Tanpa kopi sehari saja, Lyo merasa ada yang kurang dan itu tidak bisa diterima dengan mudah oleh tubuhnya.

Hal yang sama juga dituturkan Adrian Blessy Driyarka, mahasiswa yang aktif dalam organisasi ini juga merasakan bahwa dirinya harus menerima asupan kopi setiap harinya. Ketika dia tidak meminum kopi, secara fisik tubuhnya akan mengalami penurunan:

“...entah kenapa kalo gak ngopi memang ada yang kurang ya, lemes, malas ngapa-ngapain. Kalo kepepet banget kopi sachet juga ga masalah, asal minum kopi biar gak lemes. Selama ini entah kenapa pasti ngerasa lemes gitu kalo ga ngopi, padahal dulu awal-awal gak kayak gitu. Yah mau ga mau aku kudu ngopi, tapi tetep nikmatin kopi kok gak nganggep itu jadi beban, malah jadi pemicu buat semangat hahaha.”

Blessy juga merupakan mahasiswa yang mengalami kebingungan yang sama dengan Lyo. Secara tidak sadar kopi sudah menjadi kebutuhan di dalam tubuh dia. Setiap hari dia selalu meminum secangkir Espresso dan kopi jenis lainnya. Untuk memulai hari, Blessy harus meminum kopi agar menjamin kelancaran kegiatan di hari itu. Hal itu diungkapkan Blessy dengan wajah yang sumringah dan kebingungan. Dia menanggapi ini adalah sebuah adiksi dan mau tidak mau dia harus menuruti apa yang diinginkan oleh tubuhnya.

Gambar 4.5 Blessy Dan Secangkir Air Putih, Latte dan Espresso



Sumber: Penulis (2018)

Dari penuturan Lyo dan Blessy diatas, sesuai dengan teori Kebutuhan Abraham Maslow, bahwa kebutuhan fisiologis menunjukkan kebutuhan yang terkait dengan kebutuhan tubuh. Kebutuhannya adalah mengenai kelangsungan hidup manusia secara fisik. Kopi disini dianggap setara dengan makanan pokok sehari-hari. Berbicara tentang utilitas dari sebuah kopi, kepuasannya lebih besar dibanding yang diluar konsumsi pokok dan itu harus dipenuhi terlebih dahulu diluar hal yang lain. Hal yang wajar ketika Lyo dan Blessy menganggap kopi harus dikonsumsi setiap harinya, melihat efek yang diakibatkan ketika tidak mengkonsumsi kopi. Sama halnya ketika mereka tidak makan makanan pokok yang lainnya, seperti nasi. Bagi Lyo, kopi sudah menjadi kebutuhan tersendiri dalam hidupnya, tanpa mengkonsumsi kopi sehari saja, Lyo selalu menganggap ada yang tidak lengkap di dalam kehidupan dihari itu. Lyo merasa selalu ada yang kurang ketika dia tidak meminum kopi, bahkan langsung berdampak ke tubuhnya yang akan merasa kurang energi:

“ Karena sudah intens ngopi, jadi sehari harus minum kopi, kalo gak kayak ada aja yang kurang ada aja yang gak enak di badan. Kalo gak ngopi sehari tu ada yang kurang aja, gimana yak, ada yang kurang lah... kan udah jadi kebiasaan, aduh aduh. Ya gitu lah kalo gak ngopi. Pokoknya sehari harus ngopi, kalo gak pagi ya malem..”

Lyo kesulitan dalam mendeskripsikan apa yang dia alami ketika tidak meminum kopi, dia merasa hal yang kurang ini adalah masalah kegelisahan. Tapi sempat merasakan tidak ada energi ketika tidak mengonsumsi kopi, namun yang sering dirasakan oleh Lyo adalah sesuatu yang kurang berdasarkan persepsi dia.

Hal yang sama juga dituturkan oleh Blessy, dia harus mengonsumsi kopi dalam sehari, jika tidak ia akan merasa tidak bersemangat dalam melakukan kegiatan apapun. Sifat malas-malasan Blessy akan terpicu ketika tubuhnya tidak menerima asupan kopi. Dia mengungkapkan hal ini dengan raut wajah bahagia, karena dirinya sendiri merasa hal ini lucu tapi kenyataan yang terjadi di dalam dirinya. Sambil menghirup aroma Espresso kesukaan dia, Blessy selalu berusaha menjelaskan dengan detail apa yang terjadi ketika dia tidak mengonsumsi kopi, namun selalu tertawa karena merasa hal ini lucu bagi

Gambar 4.6 Blessy Menghabiskan Dua Cangkir Kopi



Sumber: Penulis (2018)

dirinya. Bahkan Blessy menganggap bahwa kopi sebagai obat kemalessan yang akan muncul dirinya. Tanpa kopi, keseharian Blessy pasti terganggu, karena tubuh dia selalu merasa lemah dan tidak bergairah untuk berkegiatan, khususnya di dalam dunia perkuliahan:

“...barusan kemaren-kemaren. Saya pas balik kampung di salatiga. Kemudian di rumah itu gak ada teman kopi, dan saya kendal di sepeda motor, dan sering hujan. Terus apa yang saya lakukan? Selalu tidur, males-malesan, gak pernah keluar dari kamar. Paling pas makan keluar kamar, habis itu tidur lagi di kamar. Kemudian di kelas juga, yah jadi males-malesan. Saya malah memilih ngobrol dengan teman sebelah. Ketika saya memilih fokus, ya gak mampu, pokoknya nyari sesuatu yang bikin semangat. Jadi sering hilang focus. Makanya setiap mau memulai hari, ya kudu minum kopi dulu, kalo gak minum, aku sadar konsekuensinya..”

Sesuai dengan apa yang dialami oleh Lyo dan Blessy, mereka bisa dikatakan sudah kecanduan kafein yang terkandung di dalam kopi. Kopi bisa membuat seseorang mengalami adiksi (ketagihan) terhadap kafein yang terkandung di dalam kopi. Efek langsung dari kafein, khususnya dalam secangkir kopi secara ilmiah terhadap kesehatan sebetulnya tidak ada, tetapi yang ada merupakan efek tak langsungnya seperti menstimulasi pernafasan dan jantung (Ririanty, 2013). Mengkonsumsi perlahan membuat tubuh mengalami kecanduan terhadap kafein yang masuk ke dalam, sehingga tubuh secara fisik akan mengalami penurunan kinerja ketika tak ada asupan kafein yang didapat dari kopi.

Kafein yang bisa menstimulasi kecepatan detak jantung merupakan hal yang dibutuhkan Blessy dan Lyo dalam kehidupan sehari-harinya. Blessy yang merasa lemas dan tidak bergairah ketika tidak mengonsumsi kopi karena jantungnya mengalami penurunan kinerja dalam hal memompa aliran darah ke otak sehingga kinerja otak khususnya dalam ranah konsentrasi dan gairah ikut mengalami penurunan. Lyo pun juga mengalami hal yang sama, merasa lemas ketika tidak mengonsumsi kopi. Sehingga kafein yang terkandung di dalam kopi

menjadi stimulus kinerja jantung mereka agar selalu bergairah dalam berkegiatan. Sesuai dengan pemaparan Lyo dan Blessy, mereka berdua harus mengonsumsi kopi minimal sekali dalam sehari, jika tidak, tubuh mereka akan mengalami penurunan kinerja seperti lemas dan pusing. Melihat pemaparan diatas, adiksi kopi adalah sesuatu yang terjadi di dalam tubuh Lyo dan Blessy. Jadi, kopi bagi Lyo dan Blessy merupakan kebutuhan fisiologis layaknya kebutuhan pokok yang harus dikonsumsi. sehingga tidak bisa ditinggalkan dengan alasan apapun.

Dalam fenomena diatas, bisa dilihat bahwa konsumsi kopi menjadi kebutuhan pokok dan membuat barang konsumsi yang lain bisa di nomor dua kan. Hal ini sesuai dengan rasionalitas konsumen dalam teori mikroekonomi bahwa konsumen akan mendahulukan mengonsumsi sesuatu yang menurutnya memiliki utilitas tertinggi, dan disini kopi menjadi barang konsumsi yang memiliki utilitas tertinggi bagi Lyo dan Blessy.

4.3.2 Konsumsi Kopi sebagai Media Untuk Bergaul

Wawancara terhadap beberapa informan menghasilkan jawaban bahwa mahasiswa mengonsumsi kopi sebagai media untuk bergaul. Hal ini dituturkan oleh Blessy, mahasiswa yang murah senyum dan *easy going* ini. Dia memiliki kebiasaan mengonsumsi kopi bersama teman-temannya. Blessy ketika bersama temannya memang memanfaatkan kopi sebagai media bergaul. Entah untuk ngobrol santai ataupun bermain kartu. Blessy sempat berhenti dalam mengonsumsi kopi pada semester 1 dan 2 karena masih masa transisi di lingkungan baru yang membuat dia belum memiliki banyak teman. Dia merasa memang ada perbedaan signifikan antara SMA dengan perkuliahan. Blessy harus memulai mencari kembali teman-teman yang memang bisa diajak mengonsumsi kopi bersama-sama sekaligus nongkrong dan bersenda gurau:

“...kalo dulu zaman SMA itu memang ngopi buat ngumpul sama teman-teman, biasanya seminggu sekali. Pas masuk kuliah kan beda, disini tempat ngopinya dimana dan temennya siapa, karena semester 1 dan 2 pas masih jadi mahasiswa baru ya belum banyak teman jadi jarang ngopi, kemudian masuk semester 3 kan udah banyak teman, mulailah ngopi lagi. Kenapa milih ngopi itu ama temen-temen, ya emang sekalian nongkrong gitu, jadi ya biar gak bosan aja ngopi sendiri, kan bisa ngobrol, ketawa-ketiwi ampe main kartu lah yak haha. Kan jadi bisa sekalian minum kopi sama ngumpul haha.”

Blessy menjawab dengan nada meyakinkan, karena memang dia merasa bahwa pergaulan itu penting dan kopi bisa menjadi penengah untuk menjalin hal itu. Menurut Blessy juga ketika nongkrong sambil ngopi, selain bisa ngobrol dengan teman-temannya, dia juga sekalian bisa menikmati kopi yang memang sudah menjadi konsumsi sehari-harinya.

Jawaban yang sama juga disampaikan oleh Naufal Hilmy, mahasiswa yang aktif di organisasi kampus dan selalu menyempatkan diri untuk meminum kopi sebagai penghabis waktu bersama teman-temannya. Menurut Naufal, kopi adalah media terbaik untuk mempertemukan dirinya dengan teman-temannya. Entah bersenda-gurau atau sekadar membicarakan sesuatu:

“...ya oh ya... ketemu ama temen-temen lah, kan aku seneng ngobrol. Ketemu banyak orang, ngobrol sana-sini ngobrol sana-sini. Jadi, ya memang sambil nongkrong ama temen-temen sambil ngobrol-ngobrol sambil ngopi. Mau gimana juga, menurutku memang teman dan kopi adalah hal yang saling melengkapi. Bahkan gak jarang aku rapat kecil-kecilan di kafe-kafe sambil ngopi, sekalian bikin lancar mikir juga sih sebenarnya hahaha.”

Melihat fenomena di atas, Blessy dan Naufal mengkonsumsi kopi untuk memenuhi kebutuhan untuk rasa memiliki. Kebutuhan untuk merasa memiliki menunjukkan kebutuhan akan kedekatan dengan orang lain, memiliki pertemanan, kasih sayang baik itu dengan orang tua, anak, atau pasangan, menjadi bagian dalam grup tertentu. (Seeley, 1988) Dalam kesehariannya Blessy, dia menghabiskan waktunya bersama teman-temannya sambil meminum kopi. Blessy beranggapan bahwa teman adalah hal penting, karena dengan latar

belakang perantau dari Kota Salatiga, dia disini sendirian dan harus bergaul dengan orang lain. Blessy menjadikan kopi sebagai media untuk memenuhi kebutuhan akan kedekatan dengan orang lain. Tanpa harus menanggalkan kopi yang memang kondisinya sudah menjadi adiksi tersendiri bagi tubuh Blessy, dia

Gambar 4.7 Bara Meminum Kopi Bersama Teman-Temannya



Sumber: Penulis (2018)

juga bisa sekaligus memenuhi kebutuhan untuk rasa memiliki di lingkungannya, yaitu dengan teman-temannya. Naufal juga menyetujui hal tersebut, walaupun dengan latar belakang asli Kota Malang, dia tetap harus memenuhi kebutuhan untuk merasa memiliki terhadap teman-temannya. Menurut Naufal memiliki teman merupakan sebuah keharusan untuk bertahan hidup, karena teman merupakan orang yang akan membantu dalam kesulitan selain keluarga. Naufal mengonsumsi kopi bukan hanya untuk sekadar meminum kopi saja, tapi juga memenuhi kebutuhan yang lain, yaitu untuk tetap menjalin hubungan dengan teman-temannya, entah dari organisasi atau yang lainnya. Jadi bagi Blessy dan

Naufal sama-sama menganggap bahwa pertemanan itu penting dan mereka memenuhi kebutuhan akan pertemanan ini bermediakan kopi.

Kopi disini menjadi media untuk para mahasiswa bergaul dengan mahasiswa lainnya. Kopi bukan sekedar minuman yang dikonsumsi, tapi menjadi katalisator untuk membuka ruang bicara. Hal ini juga disampaikan oleh Bara Satria Ananto, mahasiswa berbadan besar yang memiliki kebiasaan senang berbicara dengan siapapun ini. Bara sering memanfaatkan momen minum kopinya untuk bergaul dengan teman-temannya. Bahkan dia memanfaatkan kopi sebagai media untuk bertemu dengan beberapa *barista* di kafe-kafe untuk diajak *ngobrol*:

“...biasanya pedagang kopi itu saling kenal, enak gitu lho kenalan dengan orang baru terus mereka mengenalkan produk unggulan mereka sekalian belajar. Yah ngopi ternyata bisa mendapatkan teman, dari tempat ngopi juga banyak, akhirnya sering muter kesana kemari tempat ngopinya biar nemu teman baru. Jadi selain ngumpul dengan teman lama gitu, ya sekalian juga nyari teman baru. Lagian kan gada salahnya banyak-banyakin teman di tempat ngopi haha.”

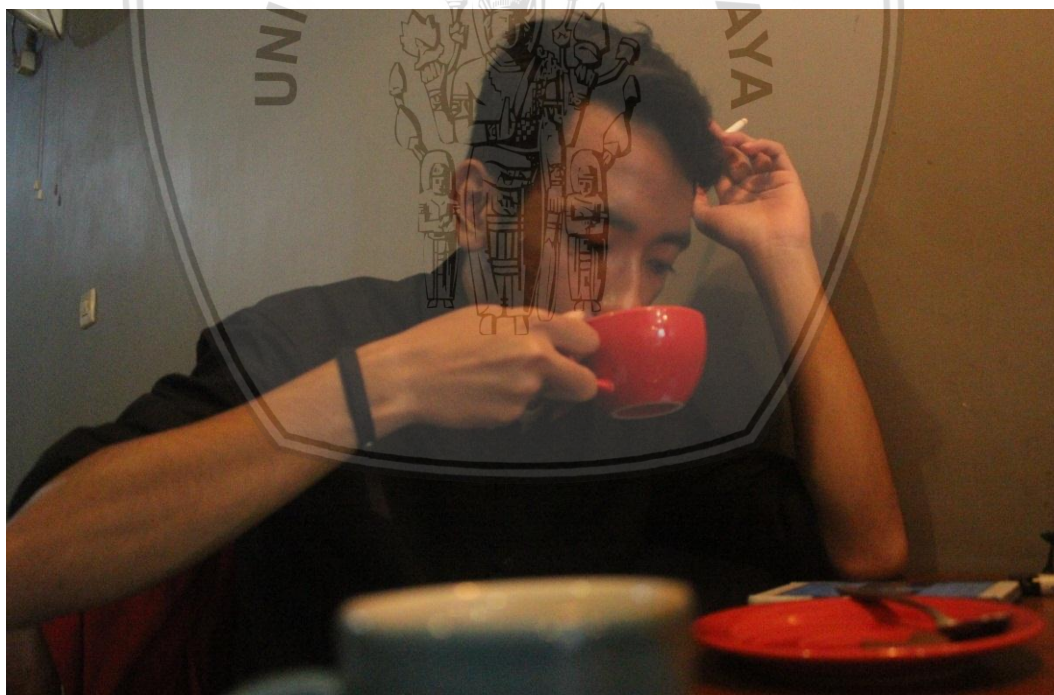
Bara selalu memanfaatkan waktu ngopi sebagai media berkenalan dan berkomunikasi dengan orang-orang disekitarnya. Bukan hanya teman yang sudah kenal, dia kadang mencuri waktu untuk berkomunikasi dengan *barista* di beberapa kafe. Dengan tawanya yang kencang, Bara memaparkan bahwa berteman adalah salah satu kebutuhan bagi dia. Bara bukanlah orang yang betah dalam kesendirian, dia selalu mencari waktu untuk tetap berkomunikasi dengan orang lain. Sesuai dengan teori Kebutuhan Abraham Maslow, bahwa rasa memiliki merupakan salah satu tingkatan kebutuhan seseorang. Bara harus memenuhi kebutuhan itu dan dia memilih kopi sebagai media terbaik untuk memenuhi kebutuhan rasa memiliki terhadap teman-temannya.

Hal yang sama juga dilakukan Naufal dan Blessy, bahwa memiliki teman merupakan kebutuhan dan hal ini dipenuhi dengan cara sambil mengonsumsi kopi. Jadi, Bara, Naufal dan Blessy sama-sama memiliki kebutuhan untuk memiliki terhadap teman-temannya dan harus dipenuhi dengan cara mengonsumsi kopi secara bersamaan dengan teman-temannya.

4.3.3 Konsumsi Kopi Sebagai Bentuk Menggali Lebih Dalam Tentang Kopi

Mahasiswa juga memiliki keingintahuan dalam dunia kopi, hal ini dimanifestasikan dalam bentuk mengonsumsi kopi sebagai media untuk merasakan secara langsung olahan-olahan kopi di kafe-kafe sepanjang Jalan

Gambar 4.8 Naufal Sedang Menikmati Secangkir Kopi



Sumber: Penulis (2018)

Kalpataru Kota Malang. Hal ini diutarakan oleh Bara yang menganggap bahwa kopi memang patut untuk digali lebih dalam dan menjadikan kafe sebagai tempat belajar tentang kopi itu sendiri. Menurut Bara, kopi adalah hal yang menarik karena variasi biji, pengolahan, penyajian, sampai rasa yang berbeda-beda. Hal

ini yang membuat Bara tertarik untuk mendalami kopi dan bukan sekadar meminumnya saja:

“Tertariknya... dulu kan taunya cuman jenis biji kopi robusta, ternyata di kedai tersebut punya banyak pilihan kopi, bahkan terdapat varian kopi kayak *arabica* dari Arjuna, Kintamani, Dampit, dan lain-lain, makanya tertarik. Serta karena penyajiannya juga berbeda di setiap kafe, jadi benar-benar ingin belajar *nyari-nyari* tau tentang kopi. Lagian menurutku malah sambil belajar kekgitu biar gak sia-sia aja duduk di kafe. Karena pengetahuan tentang kopi itu luas dan dalam, jadi gak bisa sembarangan sebenarnya bikinnya. Yah atas dasar itu aku kalo ngopi di kafe, gak cuman diminum doang kopinya, tapi dicari tau segala macamnya tentang kopi itu.”

Menelaah apa yang dilakukan oleh Bara bahwa konsumsi kopi ini juga dilakukan bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan akan mengkonsumsi kopi itu sendiri, tapi juga menjadi bentuk menggali informasi yang dibutuhkan oleh Bara tentang kopi. Sejalan dengan pernyataan Don Slater bahwa konsumsi adalah bagaimana manusia dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. (Damsar, 2009) Jadi konsumsi bagi Bara bukan sekedar minum kopi, informasi sebagai bentuk pengalaman dan pengetahuan juga dia konsumsi dalam hal ini. Melihat fenomena ini, Bara mengkonsumsi kopi bukan hanya melihat kopi benda material saja, tapi di dalamnya ada terkandung sebuah informasi yang juga dia butuhkan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Naufal pun memiliki kegiatan yang sama dalam mengkonsumsi kopi. Menurut dia, pembelajaran yang lebih tentang kopi adalah sesuatu yang memang dia cari sampai saat ini. Naufal dengan serius memaparkan bahwa meminum kopi bukan sekedar menyeruput saja, tapi seharusnya tau seluk-beluk tentang kopi itu sendiri, mulai dari produksi di lahan sampai disajikan dalam cangkir. Datang ke kafe bukan hanya untuk mengkonsumsi kopi saja, tapi sekaligus mencari tau segalanya tentang kopi itu sendiri:

“...nah iniiii, dulu kan sempet jaman SMA ya suka gitu-gitu aja, tapi semakin kesini semakin tertarik dengan kopinya, kayak *Espresso*. Ya jadi terpacu untuk mendalami jadinya. Temen-temen nongkrong saya juga banyak yang jadi *barista*, jadi diajakin kesana kemari kenalan sama *barista* yang lain dan belajar belajar. Lambat laun akhirnya merasa kalau memang ngopi gak enak kalo cuman minum doang tapi gatau kopi itu apa dan bagaimana. Aku merasa kalo ngopi dan aku tau kopinya ini prosesnya seperti apa, udah lengkap lah minumannya, gada beban gitu jadinya haha.”

Gambar 4.9 Kafe Favorit Naufal Untuk Menggali Tentang Kopi



Sumber: Penulis (2018)

Naufal dan Bara memiliki kesamaan dalam mengkonsumsi kopi. Mereka berdua merasa bahwa ada kebutuhan lain selain mengkonsumsi kopi sebagai bentuk pangan, tapi juga sebagai bentuk pengalaman. Ketika menelaah maksud konsumsi menurut Chaney dalam Damsar (2009), adalah segala sesuatu yang mengacu kepada seluruh aktifitas sosial yang individu lakukan. Jadi bukan hanya sekedar makan dan minum saja, tapi segala bentuk yang didapat dari berbagai macam fenomena, salah satunya pengalaman yang didapat dalam mengkonsumsi kopi. Naufal dan Bara datang ke kafe bukan hanya mengkonsumsi kopi nya saja, tapi juga mengkonsumsi pengalaman dan

pengetahuan yang memang dengan sengaja mereka cari di kafe tersebut. Jadi, Bara dan Naufal mengkonsumsi kopi dalam bentuk pangan dan pengalaman.

Ketika ditelaah dalam Teori Kebutuhan Abraham Maslow, konsumsi kopi dalam perilaku Bara dan Naufal sudah menjadi bentuk kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan untuk aktualisasi diri adalah keinginan untuk berkembang, untuk mencari kebaikan, keindahan, kesempurnaan, kekayaan, merupakan kategori tujuan dari perilaku aktualisasi diri (Seeley, 1988). Pengetahuan yang didapatkan berdasarkan kebutuhan akan aktualisasi diri mereka, hal ini diungkapkan oleh Naufal yang memang bercita-cita menjadi seorang Barista. Dengan santai dia memaparkan bahwa menjadi seorang Barista adalah sebuah pencapaian yang dia memang inginkan, agar selama ini suka dengan kopi bukan hanya sekedar duduk menjadi konsumen saja, melainkan menjadi penyaji yang mampu menggugah lidah para pencinta kopi dan hal ini tidak akan bisa tanpa harus mempelajari dengan dalam tentang kopi itu sendiri:

“...udah tertarik dari lama sebenarnya, kan cita-cita juga jadi barista. Banyak-banyakin ngopi, banyak-banyakin ketemu barista, banyak-banyakin pengetahuan. Trus dulu juga liat-liat di facebook keren banget barista. Akhirnya mendalami dan cukup menarik sampai sekarang masih mendalaminya. Yah namany juga cita-cita, mau gimana-gimana juga harus dicapai menurutku hehe. Jadikan sekalian minum kopi juga belajar banyak tentang kopi. Lumayan buat bekal nanti biar bisa jadi barista yang handal hehe.”

Ketika fenomena ini ditelaah, memang benar bahwa Naufal mengkonsumsi kopi sebagai bentuk aktualisasi diri. Terlihat dari mempelajari banyak tentang kopi agar mampu menjadi seorang Barista di lain waktu. Kopi yang dia anggap merupakan hal menarik, dikonsumsi bukan sekedar bentuk pangan saja, melainkan mengkonsumsi pengalaman dan pengetahuan sebagai jembatan tersendiri untuk membentuk siapa dirinya nanti, yaitu seorang Barista. Hal ini sesuai dengan Teori Gaya Hidup menurut Mowen dan Minor yang membagi menjadi tiga definisi tentang gaya hidup yaitu, sebagai bentuk aktivitas,

interest sebagai bentuk preferensi dalam mengonsumsi dan opini terkait barang konsumsinya (Sylvia, 2009), Hasil wawancara dengan Naufal memang menunjukkan bahwa dia meminum kopi sudah memahami kopi itu sendiri, dan memenuhi apa yang dimaksud definisi gaya hidup yang merujuk ke bentuk aktualisasi diri.

Bara juga menimpali hal yang serupa, dia mendalami kopi karena ketertarikannya terhadap kopi, dari bentuk penyajian dan segala macam hal yang berhubungan dengan kopi. Bara memang tidak jauh berbeda dengan Naufal ketika melihat apa yang dia lakukan ketika mengonsumsi kopi. Bara memang mengakui bahwa dirinya tidak memiliki cita-cita menjadi seorang Barista, namun apa yang dia pelajari ini memang murni bentuk keingintahuan dia akan dunia kopi. Karena menurut Bara, belajar merupakan kebutuhan bagi dirinya dan untuk masa depannya

Untuk memuaskan kebutuhan akan keingintahuan dia tentang kopi, Bara tidak hanya datang ke kafe untuk mengonsumsi kopi, tapi juga mencari tahu lebih dalam informasi dan pengetahuan yang dia sengaja konsumsi juga di kafe tersebut.:

“...mulai banyak mengetahui itu semenjak Oktober 2014 saat memasuki dunia perkuliahan, itu soalnya aku hampir 1 tahun ngopi terus dan itu keliling-keliling nyoba kopi-kopi, jadi udah kenal orang dalamnya dan lebih gampang berinteraksi. Lama-lama mulai dikasih tau cara penyajiannya, mulai dari suhunya yang cocok kayak gimana, dan lain-lain. Aku sering ngopi sendiri lho pengen nikmatin kopi, belajar kopi. Bukan pengen jadi barista sih, tapi ya namanya hidup kudu banyak belajar, kali aja ada kesempatan buka kafe sendiri haha.”

Gambar 4.10 Para Barista Yang Sedang Bekerja



Sumber: Penulis (2018)

Dapat dilihat dari fenomena diatas bahwa konsumsi yang dilakukan bukan hanya aspek minum kopi saja, tapi ada nilai guna lain yang dicari oleh Bara dan Naufal, yaitu pengetahuan tentang kopi itu sendiri.

Utilitas terkait pengetahuan ini sebenarnya tergantung konsumen yang mencarinya, ada yang memang tidak menganggap itu sebagai kebutuhan dan harus dipenuhi, dan ada yang menganggap itu harus dipenuhi, yaitu bagi si Bara dan Naufal.

Sehingga ketika berbicara tentang pengetahuan kopi, di sebuah kafe ada barista yang mampu membantu pemenuhan akan kepuasan dalam mengkonsumsi kopi. Bara dan Naufal merasa beruntung karena selama ini bertemu dengan barista yang ramah di berbagai kafe di Jalan Kalpataru. Hal ini membantu mereka untuk mencapai utilitas yang maksimum dalam mengkonsumsi kopi. Sesuai dengan pendekatan atribut dalam teori konsumsi yang dipaparkan oleh Kelvin Lancaster, bahwa konsumsi bukan hanya terkait

nilai guna dari suatu barang saja, tapi juga atribut yang melekat di barang tersebut. (Joerson, 2012) Jadi, Bara dan Naufal merupakan konsumen yang utilitasnya merasa terpenuhi ketika meminum kopi sekaligus belajar banyak tentang kopi tersebut, secara khusus langsung dari barista di kafe itu sendiri.

Bara dan Naufal mengkonsumsi kopi sebagai wadah belajar tentang kopi itu sendiri, mereka selalu mencoba mencari tahu segala ilmu tentang kopi dengan cara diskusi dan minum kopi. Kebutuhan akan aktualisasi diri ini yang mendasari Bara dan Naufal untuk mengkonsumsi kopi, selain kebutuhan yang lain. Karena memang konsumsi bukan hanya tentang makan dan minum saja, melainkan segala bentuk yang diterima dan mampu memenuhi utilitas si individu yang mengkonsumsi sesuatu tersebut. Mereka merasa bahwa minum kopi bukan sekedar meminum saja, tapi ada sesuatu yang bisa didapatkan, yaitu ilmu.

4.4 Nilai-Nilai yang Membuat Mahasiswa Melakukan Konsumsi Kopi

Dalam wawancara, peneliti mendapatkan jawaban yang menjelaskan bahwa mahasiswa yang mengkonsumsi kopi di kafe sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang dipengaruhi oleh beberapa sebab, yaitu ajakan teman, keluarga, dan kondisi pendapatan konsumen.

4.4.1 Mahasiswa Mengonsumsi Kopi karena Ajakan Teman

Hasil wawancara yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan konsumsi kopi diakibatkan oleh ajakan teman-temannya. Hal ini dinyatakan oleh Blessy yang sering mengonsumsi kopi karena diajak oleh teman-teman yang dia kenal. Sesuai dengan fenomena bahwa Blessy juga memanfaatkan kopi sebagai media untuk bergaul, dia dengan nada santai menyatakan bahwa ajakan teman-temannya untuk meminum kopi sangat susah ditolak, karena memang merasa memiliki teman dan ajakan itu harus dihargai dengan cara mengiyakannya:

“...biasanya diajakin temen. Temen saya salah satu nya dari Salatiga, jadi dia sering ngajak ngopi. Ya jadi ikut ngopi juga, namanya juga teman. Terus pas di Malang, pas udah banyak dapat teman, ya memang diajakin ngopi gitu. Masa iya aku tolak kalau memang bisa, lagian memang perlu minum kopi dan perlu ngobrol ama teman-teman. Jadi sah-sah aja kalo ngopi ama teman mulu haha.”

Gambar 4.11 Blessy Meminum Kopi Bersama Temannya



Gambar 4.11 Blessy meminum kopi bersama temannya

Blessy mengakui bahwa jarang mengonsumsi kopi sendirian, setidaknya dia mengajak teman-temannya untuk minum kopi bersama di kafe. Tapi dengan nada yang merendah, Blessy memaparkan bahwa yang memang sering mengajak adalah teman-temannya. Setiap habis kelas di kampus, teman-temannya mengajak dia untuk ngopi bersama di kafe-kafe yang memang menjadi tempat nongkrong mereka.

Hal yang sama juga dipaparkan oleh Lyo, mahasiswa yang memiliki hobi futsal ini juga memulai *ngopi* dari ajakan teman-temannya. Awalnya Lyo bukanlah mahasiswa yang senang mengonsumsi kopi, tapi karena sering diajak oleh teman-temannya, lambat laun Lyo mulai membiasakan diri untuk mengonsumsi kopi:

“...jadi waktu semester 6 itu diajak ngopi ama anak-anak kosan, dikenalin tuh ama biji-biji kopi manual brewing, pertama sih gak masuk pahit asem gitu, tapi dipaksa tiap malam ama anak-anak. Ya memang ini sih asal-muasal aku jadi ngegantung banget ama kopi, tapi emang gada ruginya juga bagi aku, sekalian ngumpul ama teman-teman biar makin rekat aja haha. Kemaren juga pas magang di Jakarta, juga diajakin ngopi juga dan mulai intens disana ngopi. Yah pokoknya kalo diajak ngopi mah gas aja selama masih ada waktu dan duit haha.”

Blessy dan Lyo mengonsumsi kopi karena pengaruh ajakan teman-temannya. Hal ini menggambarkan dengan jelas bahwa konsumsi kopi dilakukan atas pengaruh eksternal, salah satunya adalah kelompok dari konsumen itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan apabila seseorang sering berinteraksi dengan temannya, secara otomatis segala masukan, saran serta informasi yang berasal dari teman cenderung dijadikan pertimbangan untuk mengambil keputusan pembelian. Sahabat mempengaruhi perilaku seseorang dan menentukan dalam pengambilan keputusan dalam mengonsumsi sesuatu. Faktor teman yang termasuk dalam kelompok referensi yang dianggap berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang (Kotler, Philip, & Armstrong, 2008). Konsumsi memang banyak atribut yang mempengaruhi dan kelompok dari si individu juga

mempengaruhi, jadi memang benar adanya bahwa Blessy dan Lyo merupakan individu yang mengkonsumsi kopi atas dasar pengaruh eksternal.

Naufal yang mempunyai mimpi menjadi seorang barista ini juga menyatakan bahwa panggilan teman-temannya untuk *ngopi* selalu membuat dia ingin ikut juga. Dengan cara berbicara yang blak-blakan, Naufa mengakui sangat menghargai ketika temannya mengajak dia ngopi, karena selain mengkonsumsi kopi, dia juga merasa bisa bertemu dengan temannya merupakan hal yang memang sudah seharusnya dia penuhi:

“...sejak dulu mas, ya mulai SMP kan, sering nongkrong ama anak-anak ya diajakin juga ngopi, SMP sih. Dari dulu udah punya *mindset* kalau teman itu penting dalam hidup dan juga kopi penting haha. Jadi buat ngejalanin dua-duanya ya ngopi bareng sama teman-teman. Kalau diajak ya langsung aja. Sekarang ya sama aja, diajakin *ngopi*, langsung gas pasti hahaha..”

Naufal dalam mengkonsumsi kopi kebanyakan karena panggilan teman-temannya. Naufal mengakui memang jarang untuk mengkonsumsi kopi sendirian, karena merasa dia adalah individu yang harus bersosialisasi dengan orang lain. Sehingga ajakan ngopi dari teman-temannya merupakan kewajiban

Gambar 4.12 Lyo Dan Bintang Bersenda Gurau



Sumber: Penulis (2018)

yang harus dia laksanakan. Hal yang sama juga dialami oleh Blessy dan Lyo bahwa ajakan teman membuat mereka ikut untuk mengkonsumsi kopi bersama-sama. Bagi mereka sangat sulit menolak ajakan tersebut, karena kelompok mereka adalah kelompok yang memang suka mengkonsumsi kopi dan bergaul di tempat *ngopi*.

Hal ini memang sesuai dengan pemenuhan kebutuhan rasa memiliki seperti yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Naufal, Lyo dan Blessy memiliki kebutuhan untuk memiliki teman-temannya, dan ajakan teman-temannya untuk mengkonsumsi kopi merupakan pengaruh eksternal yang tidak bisa dihindari bagi mereka, karena itu adalah salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi, disamping kebutuhan fisiologis untuk mengkonsumsi kopi itu sendiri.

Ketika berbicara fenomena di atas, bisa dilihat lagi bahwa konsumsi kopi bukan sekedar tentang kopi saja, tapi ada atribut yang melekat di dalam kopi itu sendiri, yaitu perantara untuk bersosialisasi dengan teman-temannya. Sehingga konsumen tidak hanya mengkonsumsi kopi sebagai minuman, tapi banyak atribut yang di konsumsi juga.

4.4.2 Mahasiswa Mengkonsumsi Kopi karena Anggota Keluarga yang Mengkonsumsi Kopi

Selain ajakan teman, anggota keluarga juga menjadi pengaruh terhadap mahasiswa untuk mengkonsumsi kopi. Seperti Lyo yang melihat ayahnya sering memberikan pengetahuan tentang kopi di Batam dan membiasakan mengkonsumsi kopi selama masa hidupnya. Lyo memiliki ayah yang sangat menyukai kopi, dengan semangat Lyo menceritakan bahwa ayahnya lah orang terdekat yang selalu menawarkan kopi ketika dia berada di kampung halamannya. Ayahnya merupakan peminum kopi lokal Batam, tempat

kelahirannya sendiri. Lyo memberitahukan bahwa ayahnya tidak mau meminum kopi selain kopi asli daerahnya sendiri:

Gambar 4.13 Lyo Sedang Menikmati Secangkir



Sumber: Penulis (2018)

“...jadi ayah juga ngopi, tapi dia senangnya biji lokal aja, jadi biji dari kampungnya aja. Jadi diajarin bikin kopi juga, mulai ukuran air sampai cara penyeduhannya. Jadi ayah sih yang orang paling dekat kemudian memberikan pengetahuan dan *influence* untuk memulai *ngoPI* dan itu bikin aku tertarik juga untuk ngopi.”

Lyo menganggap bahwa ayahnya menjadi orang paling dekat untuk berbagi tentang kopi. Ia mengakui memang bukan karena ayahnya yang pertama kali mengenalkan kopi, tapi ayahnya lah yang pertama kali dilihat dan membuat Lyo penasaran rasa ketika mengonsumsi kopi.

Karena setiap hari melihat ayahnya mengonsumsi kopi, Lyo menjadi ingin mencoba bagaimana rasanya meminum kopi. Memang, keluarga seperti ayah, ibu, suami atau istri mempengaruhi dan menentukan pola keputusan pembelian (Kotler, Philip, & Armstrong, 2008). Dengan ekspresi seperti merasakan sesuatu yang pahit, Lyo mengungkapkan bahwa pertama kali meminum kopi

memang tidak enak, karena tidak terbiasa menurut dia. Sampai sekarang Lyo masih merasa bahwa pengaruh ayahnya secara langsung dan tidak langsung membuat dia terjun untuk menikmati seduhan kopi di kafe-kafe setiap harinya.

Serupa tapi tak sama dengan Naufal, ketika Lyo dipengaruhi oleh sesosok ayah yang sering melakukan konsumsi kopi, Naufal dipengaruhi oleh saudara-saudaranya sendiri untuk mendalami dunia kopi. Naufal memaparkan bahwa dia menjadi lebih tertarik dengan dunia kopi karena saudaranya kebanyakan menjadi seorang barista. Walaupun memang sudah dari dalam dirinya Naufal mengakui tertarik dengan perkopian, saudara-saudaranya ikut menjadi pemicu untuk mengetahui lebih banyak tentang kopi:

“...dari ini sih dasarnya memang tertarik, saudara saya kan banyak barista. Lambat laun diajakin saudara ketemu barista-barista, terus tanya-tanya, ya jadi tertarik sendiri, kemudian diajak... alhamdulillah sih sampai saat ini ketemu barista yang gak pelit, jadi banyak berbagi dari mereka. Yah memang beruntung punya saudara yang satu *passion*, dan dari sini mempermudah aku juga sih kalo mau tau banyak dunia barista.”

Naufal bercita-cita untuk menjadi seorang *barista* handal, dan ini berawal dari melihat saudara-saudaranya menjadi *barista* di beberapa kafe di Kota Malang. Ajakan dari saudaranya silih berganti untuk membawa Naufal ke kafe-kafe yang mau dan mampu memberikan pengalaman dan sajian kopi terbaik. Seiring berjalannya waktu, Naufal meyakini bahwa dirinya memang dipermudah untuk menjadi seorang barista dengan bantuan saudara-saudaranya. Menurut Naufal, berjejaring dengan barista-barista sangat diperlukan untuk menambah pengetahuan tentang kopi, dan itu dibantu oleh saudaranya yang selalu mengajak dan mengenalkan Naufal ke barista-barista yang baru. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Budaya salah satu anggota keluarga dapat menjadi kebiasaan bagi anggota keluarga lainnya yang mengamati setiap harinya (Suryani, 2008).

Lyo dan Naufal adalah mahasiswa yang mendapatkan pengaruh dari keluarga untuk mengkonsumsi kopi, tanpa ada pengaruh dari keluarga, mereka berdua tidak akan sedalam ini masuk ke dunia kopi. Melihat fenomena ini, lingkungan memang mempengaruhi seseorang untuk melakukan konsumsi. Naufal dan Lyo dipengaruhi keluarganya untuk menjadikan kopi sebagai barang konsumsi yang mereka anggap memiliki nilai utilitas tinggi. Selain pengaruh, informasi akan suatu barang konsumsi juga dibutuhkan untuk menentukan perilaku konsumsi, dan mereka berdua mendapatkan informasi langsung dari keluarganya sendiri dan ini mempermudah mereka untuk memuaskan diri dengan mengkonsumsi kopi.

4.4.3 Pengelolaan Pendapatan dalam Konsumsi Kopi

Konsumsi selalu menyesuaikan dengan ketersediaan uang yang dimiliki oleh konsumen. Agar dengan keterbatasan pendapatan tersebut dapat memperoleh barang yang mempunyai utilitas (nilai guna) tinggi sesuai dengan kebutuhannya. Utilitas (nilai guna) adalah kemampuan suatu barang dalam memenuhi kebutuhan manusia. (Amaliawati & Murni, 2014)

Gambar 4.14 Rokok dan Kopi Milik Blessy Yang Harus Dipenuhi



Sumber: Penulis (2018)

Sebagai mahasiswa, pendapatan bisa bersumber dari uang jajan, hasil dari meraih prestasi atau *part-time job*. Seperti Blessy, dia menyisihkan uang sakunya secara khusus untuk konsumsi kopi dan juga bisa mengurangi konsumsi yang lain untuk mengutamakan konsumsi kopi. Blessy yang memiliki kebutuhan untuk mengkonsumsi kopi, mau tidak mau harus berusaha mengatur keuangannya dalam konsumsi sehari-hari. Blessy mempertimbangkan kondisi fisiknya ketika tidak mengkonsumsi kopi, sehingga memaksa dia untuk mengatur sedemikian rupa konsumsinya:

“...selama ini gak pernah ada kendala duit sih, yah pokoknya kudu ngopi. Entah makannya yang dikurangin, rokok *ngecer*, yang penting disempatkan untuk ngopi. Istilahnya dianggarkan lah. Masalahnya kalo gak ngopi yang susah juga aku, pusing lah lemes lah apalah, jadi dengan uang seadanya, tetap diatur agar ada duit buat ngopi”

Blessy berusaha untuk menyediakan uangnya untuk konsumsi kopi, dia sampai mengurangi pengeluaran lainnya untuk tetap mempertahankan konsumsi kopinya agar terpenuhi. Blessy merupakan konsumen yang rasional, karena dia berusaha memaksimalkan kepuasan dia dalam mengkonsumsi kopi dengan

Gambar 4.15 Naufal Dan Lattenya



Sumber: Penulis (2018)

keterbatasan pendapatannya. Blessy mengungkapkan bahwa dibandingkan dengan konsumsi lainnya, kopi merupakan hal yang disandingkan dengan nasi dalam tataran kebutuhan dia. Jadi, dua hal ini tidak bisa ditinggalkan, karena memiliki utilitas yang tinggi bagi Blessy

Hal yang sama juga dilakukan Lyo, dia berusaha mengatur pendapatannya untuk pemenuhan konsumsi kopi dia. Mirip dengan Blessy, Lyo memiliki cara agar konsumsi kopinya tetap terpenuhi, yaitu dengan mengurangi konsumsi lainnya yang menurut rasionalitas dia memang sudah cukup utilitasnya:

“ Pernah, pas di jogja nih, duitnya nih kalo dipikir-pikir, cuman bisa dibuat makan sekali atau beli kopi. Terus dipikir-pikir, tadi pagi udah makan, ngopinya belum, jadinya beli kopi aja dah, kan makannya udah, jadi ya kudu ngopi aja dah. Sehari kudu ngopi pokoknya hahaha.”

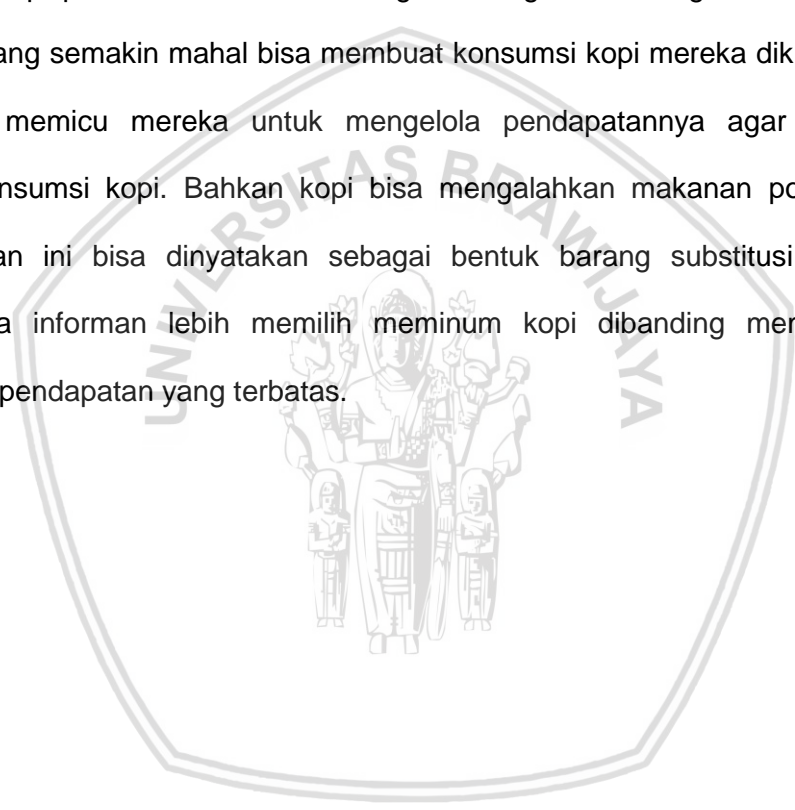
Lyo dan Blessy merupakan contoh nyata bahwa konsumen mengkonsumsi barang agar utilitas nya mencapai titik maksimal dengan pendapatan yang terbatas. Utilitas hanya dapat dibandingkan tinggi atau lebih tinggi, sebaliknya rendah atau lebih rendah (Amaliawati & Murni, 2014). Pendekatan yang dipakai dalam teori ordinal adalah *indifference curve*, yaitu kurva yang menunjukkan kombinasi dua macam barang konsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Lyo dan Blessy merasa kebutuhan akan konsumsi kopi jelas lebih tinggi utilitas yang didapat dibanding yang lain, sehingga merupakan tindakan rasional untuk mengkonsumsi barang yang akan memberikan pemenuhan utilitas tertinggi.

Naufal pun juga melakukan hal yang sama seperti Lyo dan Blessy, namun dia memiliki tabungan tersendiri untuk mengkonsumsi kopi. Ketika Naufal tidak memiliki uang untuk membeli kopi, maka dia akan mengambil tabungannya untuk memenuhi kebutuhannya dalam konsumsi kopi:

“...kalo gada duit yaaa.... diusahakan ada duit sih ampe buka tabungan. Kalo gada duit dan gak ngopi ya.... susah, ya gimanaa gitu.... gimana caranya harus ngopi... Makanya nyediain duit buat tabungan, kalau kepepet kan bisa dipakai hehe.”

Pernyataan Naufal menandakan bahwa konsumsi kopi bagi dia merupakan konsumsi yang akan memenuhi utilitasnya. Dia menyediakan anggaran darurat untuk konsumsi kopinya, jadi tidak ada istilah tidak ada uang dalam konsumsi kopi.

Kopi pun bisa dikatakan sebagai barang normal bagi informan, karena harga yang semakin mahal bisa membuat konsumsi kopi mereka dikurangi dan hal ini memicu mereka untuk mengelola pendapatannya agar tetap bisa mengonsumsi kopi. Bahkan kopi bisa mengalahkan makanan pokok seperti nasi, dan ini bisa dinyatakan sebagai bentuk barang substitusi atas nasi, sehingga informan lebih memilih meminum kopi dibanding memakan nasi dengan pendapatan yang terbatas.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam BAB sebelumnya sudah dipaparkan hasil penelitian di lapangan mengenai perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa di kafe sepanjang Jalan Kapataru Kota Malang. Maka dari hasil diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa didasari oleh tiga kebutuhan yang harus dipenuhi dari Teori Kebutuhan Abraham Maslow, yaitu sebagai bentuk pemenuhan fisiologis (adiksi terhadap kafein), rasa memiliki (media untuk bergaul) dan bentuk aktualisasi diri. Konsumsi kopi sebagai bentuk pemenuhan fisiologis dikarenakan mahasiswa sudah kecanduan zat kafein yang ada di kopi. Konsumsi kopi sebagai bentuk media untuk bergaul bagi mahasiswa karena kopi merupakan media terbaik untuk bercengkrama dengan teman-teman. Konsumsi kopi sebagai bentuk aktualisasi diri merupakan kebutuhan akan pembentukan diri di masa yang akan datang, seperti menjadi seorang Barista atau sekadar memahami lebih dalam tentang kopi.
2. Ada tiga nilai yang mempengaruhi perilaku konsumsi kopi di kalangan mahasiswa, yaitu ajakan dari teman, pengaruh keluarga yang juga mengkonsumsi kopi dan kondisi keuangan mahasiswa. Ajakan teman untuk mengkonsumsi kopi menjadi penyebab mahasiswa untuk ikut melakukan konsumsi kopi. Pengaruh

keluarga yang bergelut di dunia perkopian atau mengonsumsi kopi secara langsung atau tidak langsung membentuk perilaku agar mengonsumsi kopi. Kondisi keuangan atau pendapatan menjadi penentu berapa banyak mahasiswa mengonsumsi kopinya. Hasil lapangan menunjukkan bahwa mahasiswa mengatur keuangannya untuk tetap bisa mengonsumsi kopi. Kopi di kalangan mahasiswa bisa menjadi barang normal, ketika harga semakin naik, maka akan dikurangi konsumsinya (walaupun tetap ada minimal jumlah dikonsumsi dalam sehari) dan bisa menjadi substitusi ketika terkendala pendapatan dan dihadapkan dua pilihan antara makanan pokok atau kopi.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumsi kopi adalah melakukan pendekatan yang intim terhadap informan untuk memperdalam observasi, agar dapat menemukan hasil-hasil penelitian yang variatif. Penentuan variabel kebutuhan dasar bisa digunakan untuk penelitian kuantitatif, sedangkan untuk kualitatif lebih bisa menjadikan pemilik kafe untuk mendapatkan informasi terkait perilaku konsumsi kopi. Serta peneliti juga mendalami tentang kopi itu sendiri agar dapat menemukan titik keintiman wawancara dengan informan yang juga menyukai kopi.

Untuk mahasiswa, sangat disarankan agar tetap melakukan kegiatan akademis dalam kegiatan mengonsumsi kopinya, karena dalam kondisi santai di dalam kafe seharusnya bisa menumbuhkan ide-ide baru atau sekedar belajar bersama untuk dunia akademisi yang lebih berkompeten.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliawati, L., & Murni, A. (2014). *Ekonomika Mikro*. Bandung: Refika Aditama.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Engel, J., F. R., & D Blackwell, P. (1994). *Consumer Behaviour*. Philadelphia: The Dryden Press Harcourt Brace College Pub.
- Firat, A. (2013). Consumption, Consumer Culture and Consumer Society. *Journal of Community Positive Practixe*.
- Hoffman, J. (2014). *The World Atlas of Coffee "From Beans to Brewing - Coffees Explored, Explained and Enjoyed"*. United Kingdom: Firefly Books.
- Joerson, T. S. (2012). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kinicki, A., & Robert, K. (2008). *Organizational Behavior*. USA: McGraw-Hill Irwin.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lelyana, R. (2008). *Pengaruh Kopi Terhadap Asam Urat Darah : Studi Kasus pada Tikus Rattus Norwegicus Galur Wistar*. Semarang: Universita Diponegoro.
- Mangkunegara, A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Oleson, M. (1999). *Using Maslow's Needs Model to Assess Individuals Attitudes toward Money*. Utah: Utah State University.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. (2006). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ririanty, M. (2013). *Determinan Perilaku "Ngopi" Mahasiswa Universitas Jember dan Dampaknya pada Tekanan Darah*. Jember: Universitas Jember.
- Seeley, E. S. (1988). *The Implications of Maslow's Theory of Motivation for Consumer Behavior: And Hierarchical Consumption Theory*. New York: New York University.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sylvia, L. M. (2009). *Pengaruh Faktor Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.

LAMPIRAN

Transkrip Lyo

“...dibilang kebutuhan utama gak sih, tapi kalo gak ngopi, ya gak banget lah. Kalo aku tuh ya sehari gak ngopi yaa gak bisa tidur malah, jadi kudu ngopi dulu. Kayak wah nih udah malem udah ngantuk, tapi belum ngopi, jadi kudu ngopi dulu hahaha. Dimana-mana kalo ngopi malah ga tidur ya, nah ini aku kebalik *cuy*, jadi malah ga tidur kalo ga ngopi, kayak hampa gitu mau tidur tapi ga minum kopi hahaha..”

“ Karena sudah intens ngopi, jadi sehari harus minum kopi, kalo gak kayak ada aja yang kurang ada aja yang gak enak di badan. Kalo gak ngopi sehari tu ada yang kurang aja, gimana yak, ada yang kurang lah... kan udah jadi kebiasaan, aduh-aduh. Ya gitu lah kalo gak ngopi. Pokoknya sehari harus ngopi, kalo gak pagi ya malem..”

“...jadi waktu semester 6 itu diajak ngopi ama anak-anak kosan, dikenalin tuh ama biji-biji kopi manual brewing, pertama sih gak masuk pahit asem gitu, tapi dipaksa tiap malam ama anak-anak. Ya memang ini sih asal-muasal aku jadi ngegantung banget ama kopi, tapi emang gada ruginya juga bagi aku, sekalian ngumpul ama teman-teman biar makin rekat aja haha. Kemaren juga pas magang di Jakarta, juga diajakin ngopi juga dan mulai intens disana ngopi. Yah pokoknya kalo diajak ngopi mah gas aja selama masih ada waktu dan duit haha.”

“...jadi ayah juga ngopi, tapi dia senangnya biji lokal aja, jadi biji dari kampungnya aja. Jadi diajarin bikin kopi juga, mulai ukuran air sampai cara penyeduhannya. Jadi ayah sih yang orang paling dekat kemudian memberikan pengetahuan dan *influence* untuk memulai *ngoPI* dan itu bikin aku tertarik juga untuk ngopi.”

“Pernah, pas di jogja nih, duitnya nih kalo dipikir-pikir, cuman bisa dibuat makan sekali atau beli kopi. Terus dipikir-pikir, tadi pagi udah makan, ngopinya belum, jadinya beli kopi aja dah, kan makannya udah, jadi ya kudu ngopi aja dah. Sehari kudu ngopi pokoknya hahaha.”

Transkrip Blessy

“...entah kenapa kalo gak ngopi memang ada yang kurang ya, lemes, malas ngapa-ngapain. Kalo kepepet banget kopi sachet juga ga masalah, asal minum kopi biar gak lemes. Selama ini entah kenapa pasti ngerasa lemes gitu kalo ga ngopi, padahal dulu awal-awal gak kayak gitu. Yah mau ga mau aku kudu ngopi, tapi tetep nikmatin kopi kok gak nganggep itu jadi beban, malah jadi pemicu buat semangat hahaha.”

“...barusan kemaren-kemaren. Saya pas balik kampung di salatiga. Kemudian di rumah itu gak ada teman kopi, dan saya kendal di sepeda motor, dan sering hujan. Terus apa yang saya lakukan? Selalu tidur, males-malesan, gak pernah keluar dari kamar. Paling pas makan keluar kamar, habis itu tidur lagi di kamar. Kemudian di kelas juga, yah jadi males-malesan. Saya malah memilih ngobrol dengan teman sebelah. Ketika saya memilih fokus, ya gak mampu, pokoknya nyari sesuatu yang bikin semangat. Jadi sering hilang focus. Makanya setiap mau memulai hari, ya kudu minum kopi dulu, kalo gak minum, aku sadar konsekuensinya..”

“...kalo dulu zaman SMA itu memang ngopi buat ngumpul sama teman-teman, biasanya seminggu sekali. Pas masuk kuliah kan beda, disini tempat ngopinya dimana dan temennya siapa, karena semester 1 dan 2 pas masih jadi mahasiswa baru ya belum banyak temen jadi jarang ngopi, kemudian masuk semester 3 kan udah banyak temen, mulailah ngopi lagi. Kenapa milih ngopi itu ama temen-temen, ya emang sekalian nongkrong gitu, jadi ya biar gak bosan aja ngopi sendiri, kan bisa ngobrol, ketawa-ketiwi ampe main kartu lah yak haha. Kan jadi bisa sekalian minum kopi sama ngumpul haha.”

“...biasanya diajakin temen. Temen saya salah satu nya dari Salatiga, jadi dia sering ngajak ngopi. Ya jadi ikut ngopi juga, namanya juga teman. Terus pas di Malang, pas udah banyak dapat teman, ya memang diajakin ngopi gitu. Masa iya aku tolak kalau memang bisa, lagian memang perlu minum kopi dan perlu ngobrol ama teman-teman. Jadi sah-sah aja kalo ngopi ama teman mulu haha.”

“...selama ini gak pernah ada kendala duit sih, yah pokoknya kudu ngopi. Entah makannya yang dikurangin, rokok *ngecer*, yang penting disempatkan untuk ngopi. Istilahnya dianggarkan lah. Masalahnya kalo gak ngopi yang susah juga aku, pusing lah lemes lah apalah, jadi dengan uang seadanya, tetap diatur agar ada duit buat ngopi”

Transkrip Naufal

“...ya oh ya... ketemu ama temen-temen lah, kan aku seneng ngobrol. Ketemu banyak orang, ngobrol sana-sini ngobrol sana-sini. Jadi, ya memang sambil nongkrong ama temen-temen sambil ngobrol-ngobrol sambil ngopi. Mau gimana juga, menurutku memang teman dan kopi adalah hal yang saling melengkapi. Bahkan gak jarang aku rapat kecil-kecilan di kafe-kafe sambil ngopi, sekalian bikin lancar mikir juga sih sebenarnya hahaha.”

“...nah iniiii, dulu kan sempet jaman SMA ya suka gitu-gitu aja, tapi semakin kesini semakin tertarik dengan kopinya, kayak *Espresso*. Ya jadi terpacu untuk mendalami jadinya. Temen-temen nongkrong saya juga banyak yang jadi *barista*, jadi diajakin kesana kemari kenalan sama *barista* yang lain dan belajar belajar. Lambat laun akhirnya merasa kalau memang ngopi gak enak kalo cuman minum doang tapi gatau kopi itu apa dan bagaimana. Aku merasa kalo ngopi dan aku tau kopinya ini prosesnya seperti apa, udah lengkap lah minumnya, gada beban gitu jadinya haha.”

“...udah tertarik dari lama sebenarnya, kan cita-cita juga jadi barista. Banyak-banyakin ngopi, banyak-banyakin ketemu barista, banyak-banyakin pengetahuan. Trus dulu juga liat-liat di facebook keren banget barista. Akhirnya mendalami dan cukup menarik sampai sekarang masih mendalaminya. Yah namanya juga cita-cita, mau gimana-gimana juga harus dicapai menurutku hehe. Jadikan sekalian minum kopi juga belajar banyak tentang kopi. Lumayan buat bekal nanti biar bisa jadi barista yang handal hehe.”

“...sejak dulu mas, ya mulai SMP kan, sering nongkrong ama anak-anak ya diajakin juga ngopi, SMP sih. Dari dulu udah punya *mindset* kalau teman itu penting dalam hidup dan juga kopi penting haha. Jadi buat ngejalanin dua-duanya ya ngopi bareng sama teman-teman. Kalau diajak ya langsung aja. Sekarang ya sama aja, diajakin *ngopi*, langsung gas pasti hahaha..”

“...dari ini sih dasarnya memang tertarik, saudara saya kan banyak barista. Lambat laun diajakin saudara ketemu barista-barista, terus tanya-tanya, ya jadi tertarik sendiri, kemudian diajak... alhamdulillah sih sampai saat ini ketemu barista yang gak pelit, jadi banyak berbagi dari mereka. Yah memang beruntung punya saudara yang satu *passion*, dan dari sini mempermudah aku juga sih kalo mau tau banyak dunia barista.”

“...kalo gada duit yaaa.... diusahakan ada duit sih ampe buka tabungan. Kalo gada duit dan gak ngopi ya.... susah, ya gimanaa gitu.... gimana caranya harus ngopi... Makanya nyediain duit buat tabungan, kalau kepepet kan bisa dipakai hehe.”

Transkrip Bara

“...biasanya pedagang kopi itu saling kenal, enak gitu lho kenalan dengan orang baru terus mereka mengenalkan produk unggulan mereka sekalian belajar. Yah ngopi ternyata bisa mendapatkan teman, dari tempat ngopi juga banyak, akhirnya sering muter kesana kemari tempat ngopinya biar nemu teman baru. Jadi selain ngumpul dengan teman lama gitu, ya sekalian juga nyari teman baru. Lagian kan gada salahnya banyak-banyakin teman di tempat ngopi haha.”

“ Tertariknya... dulu kan taunya cuman jenis biji kopi robusta, ternyata di kedai tersebut punya banyak pilihan kopi, bahkan terdapat varian kopi kayak *arabica* dari Arjuna, Kintamani, Dampit, dan lain-lain, makanya tertarik. Serta karena penyajiannya juga berbeda di setiap kafe, jadi benar-benar ingin belajar *nyari-nyari* tau tentang kopi. Lagian menurutku malah sambil belajar kekgitu biar gak sia-sia aja duduk di kafe. Karena pengetahuan tentang kopi itu luas dan dalam, jadi gak bisa sembarangan sebenarnya bikinnya. Yah atas dasar itu aku kalo ngopi di kafe, gak cuman diminum doang kopinya, tapi dicari tau segala macamnya tentang kopi itu.”

“...mulai banyak mengetahui itu semenjak Oktober 2014 saat memasuki dunia perkuliahan, itu soalnya aku hampir 1 tahun ngopi terus dan itu keliling-keliling nyoba kopi-kopi, jadi udah kenal orang dalamnya dan lebih gampang berinteraksi. Lama-lama mulai dikasih tau cara penyajiannya, mulai dari suhunya yang cocok kayak gimana, dan lain-lain. Aku sering ngopi sendiri lho pengen nikmatin kopi, belajar kopi. Bukan pengen jadi barista sih, tapi ya namanya hidup kudu banyak belajar, kali aja ada kesempatan buka kafe sendiri haha.”

